

ESTÉTICA UNIVERSITARIA:
EL PLACER POR APRENDER ES EL PLACER POR VIVIR

RAUL ALBERTO HENAO VELEZ

Noviembre de 2018

**ESTÉTICA UNIVERSITARIA:
EL PLACER POR APRENDER ES EL PLACER POR VIVIR**

RAUL ALBERTO HENAO VELEZ

Trabajo de grado para optar al título de
Magíster en Comunicación Educativa

Directora
Olga Lucía Bedoya
Doctora en Ciencias Políticas
Directora Maestría en Comunicación Educativa
Facultad de Educación

Universidad Tecnológica de Pereira



PEREIRA 2018

Nota de Aceptación

Firma Presidente del Jurado

Firma Jurado

Firma Jurado

Pereira, Noviembre 1 de 2018

A mi Esposa, gracias por su apoyo incondicional y aceptadas ausencias.

AGRADECIMIENTOS

El autor expresa su agradecimiento a:

Doctora Olga Lucía Bedoya, directora de esta tesis, por su respeto a la visión ajena, su constante disposición y claridad metodológica.

Resumen

De la pregunta por el placer que produce o no el entorno estético del mundo universitario nace este proyecto. El juicio estético de Kant es un referente teórico en tanto relaciona el juicio estético con el grado de placer. Así, los hallazgos de esta tesis demuestran que más allá de las coherencias entre las teorías estéticas de Kant y los datos, la pregunta por la estética, como placer, comprende un espectro que va más allá de lo visual y sufre una apertura que no lo hace depender exclusivamente de lo sensorial, con lo que comúnmente suele relacionarse, y, es, además, sensible a los estímulos morales e intelectuales. Así, no solo lo bello genera placer estético, sino, además, los buenos actos y la novedad presente en la acción creativa e intelectual.

La metodología relacional basada en la Semiótica y teoría triádica del signo en Charles Peirce permitió inicialmente aglutinar el dato original, pasar a la interpretación, la abstracción, la proposición y finalmente a la conclusión final sin perder fidelidad entre el dato y la conclusión.

Los hallazgos muestran a un sujeto que se garantiza su propio placer procurando el de los demás. Cultiva *favores* estéticos en el otro que luego serán devueltos, esto, en relaciones estéticas dependientes, activas mediadas por el signo, y que comprende, el dar y recibir. Esto, dibuja una complejidad de relaciones estéticas donde nadie es independiente y por el contrario se presenta como un solo organismo dinámico y autónomo.

La pregunta original acerca del estímulo estético en el aula de clase universitaria y los datos recogidos e interpretados resalta la importancia de la experiencia estética frente al mundo. Donde, buscar el placer en el sentido ampliado de la Estética, es, pretender hacer de este mundo, un lugar más amable y placentero para vivir.

Palabras clave: Estética, placer, emoción, novedad, creatividad, bondad, amor, inteligencia.

Abstract

From the question about the pleasure that the aesthetic environment of the university world produces or not, this project was born. Kant's aesthetic judgment establishes an important theoretical reference insofar as it links the aesthetic judgment with the degree of pleasure it generates in the subject. Therefore, the findings of this thesis show that beyond the coherence between the aesthetic theories of Kant and the data, these last ones indicate that the aesthetic's matter, as a degree of pleasure, it includes a spectrum that goes beyond the visual and it suffers an opening that it doesn't depend exclusively from the sensory stimulation, with what is usually associated, but it's also sensitive to moral and intellectual stimulation. Thus, not only the beautiful generates esthetic pleasure, but also, the good actions and the novelty shown in the creative and intellectual act.

The findings show a subject who obtains and guarantees his own pleasure by obtaining it from others. Cultivate aesthetic favors in others that these will be returned later or immediately, this, in dependent and active aesthetic relations mediated by the sign, and that includes, giving and receiving. This draws a complexity of aesthetic relationships where no one is independent and, on the contrary, it appears as a dynamic and autonomous single organism.

The original question about the aesthetic stimulus in the university classroom and the data collected and interpreted shows an important conceptual transformation that highlights the importance of the Politécnico Jaime Isaza Cadavid's aesthetic experience to the world. Where, for seeking pleasure in the expanded sense of esthetics, is to make this world a more pleasant and kinder place to live.

Keywords: aesthetics, pleasure, emotion, novelty, creativity, goodness, love, intelligence.

CONTENIDO

Introducción.....	1
Capítulo 1 Estado del Arte.....	6
Capítulo 2 Marco teórico.....	22
Capítulo 3 Análisis del dato.....	37
3.1. Metodología.....	37
3.2 Lo bello, lo sublime, lo agradable, la estética y el amor en Kant.....	45
3.3 Conceptos.....	48
3.3.1 Concepto de belleza.....	49
3.3.2 Concepto acerca de lo Agradable.....	53
3.3.3 Concepto acerca de lo Sublime.....	56
3.3.4 Concepto acerca de Estética.....	58
3.3.5 Concepto acerca del Amor.....	60
3.3.6 Síntesis de la primera parte.....	64
3.4 Relaciones y asociaciones estéticas.....	68
3.4.1 Lugares bellos.....	68
3.4.2 Placer y emoción vivida.....	71
3.4.3 Asociaciones del Placer.....	74
3.4.4 Relación de placer con estudio.....	78
3.4.5 El placer en Kant.....	82
3.4.6 Hallazgo entre Kant y el dato dado en la pregunta por el placer.....	84

3.4.7 Que es aquello que más admira en compañeros y docentes.....	84
3.4.8 Belleza, bondad e inteligencia.....	86
3.5 imaginación y creatividad.....	91
3.5.1 Creatividad y aula de Clase.....	91
3.5.2 Concepto de creatividad e imaginación.....	92
3.5.3 Acto creativo.....	94
3.5.4 Estimular la imaginación.....	97
3.5.5 Aulas que estimulan la imaginación.....	100
3.5.6 Espacios creativos.....	104
Capítulo 4 Tesis.....	106
Capítulo 5 Conclusión.....	116
Capítulo 6 Un aporte a la estética universitaria.....	119
Referencias Bibliográficas.....	121
Anexos.....	124

ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Agrupación de elementos comunes con conexiones imaginadas.....	41
Ilustración 2. Dato real. Aquí se pregunta por la emoción.....	42
Ilustración 3. Kant Lo bello, lo sublime, lo agradable, la estética y el amor.....	46
Ilustración 4. Concepto de belleza.....	51
Ilustración 5. Concepto de lo agradable.....	54
Ilustración 6. Concepto de sublime.....	57
Ilustración 7. Concepto de Estética.....	58
Ilustración 8. Concepto de amor.....	60
Ilustración 9 tercer hallazgo del concepto de Belleza.....	64
Ilustración 10 Hallazgo de lo agradable	66
Ilustración 11. Primer hallazgo del amor.....	67
Ilustración 12. Segundo hallazgo del amor.....	67
Ilustración 13. Lugares bellos.....	69
Ilustración 14. Emoción vivida.....	73
Ilustración 15. Relaciones de placer.....	77
Ilustración 16. Relación de placer y academia.....	80
Ilustración 17. Kant y sus relaciones de placer.....	83
Ilustración 18. Admiración.....	85
Ilustración 19. Belleza, bondad o inteligencia.....	87
Ilustración 20 Imaginación, conexión entre inteligencia y profesor.....	89
Ilustración 21. Concepto de creatividad.....	93

Ilustración 22. Acto creativo.....	96
Ilustración 23. Estimular la imaginación.....	98
Ilustración 24. Aulas que estimulan la imaginación.....	101
Ilustración 25. Espacio creativo.....	105
Ilustración 26. Tres elementos de la semiótica de Peirce.....	112
Ilustración 27. Relación del signo con el interpretante.....	113
Ilustración 28. Relación lógica, emoción y energético del interpretante.....	114

INTRODUCCIÓN

TITULO: ESTÉTICA UNIVERSITARIA: *EL PLACER POR APRENDER ES EL PLACER POR VIVIR*

INTRODUCCIÓN

El presente texto desarrolla la tesis: *la carencia de belleza y agradabilidad presentes en los ambientes universitarios paraliza toda experiencia estética frente al aprendizaje*. Esta afirmación nace de varias observaciones y lecturas: primera, es la ausencia motivacional que generan las actuales condiciones estéticas de las aulas de aprendizaje, en comparación con el alto grado de estetización y placer que brindan los espacios de consumo en nuestra sociedad contemporánea; la segunda, es la incoherencia discursiva entre la alta calidad educativa que debe tener nuestra sociedad frente a la realidad de nuestras aulas universitarias; la tercera, es la falta de placer presente en el trabajo educativo, lo que es herencia de una tradición católica que valora los logros en función de los sacrificios experimentados para su obtención.

Entre los tiempos medievales, origen de las formas de aprendizaje actuales y los tiempos modernos se ubica la figura de Kant y su desarrollo de la Crítica del juicio, donde él, da fundamento a los principios teóricos de la estética; allí, el autor plantea la relación directa entre lo agradable y lo bello, con el deseo y el placer. Desde la perspectiva disciplinar de la estética, Kant, argumenta una conexión directa entre el deseo y el placer, producto de una danza simultánea entre la

imaginación y el entendimiento en la experiencia frente a lo bello. Este autor fue la fuente que guio la reflexión teórica.

En los tiempos actuales, reflexiones como las de Augustowsky (2010), dan cuenta de la preocupación enunciada:

En las paredes del aula, con la concepción de que a medida que uno tiene pensamiento formal necesita menos imágenes, que un dibujo es un asistente cuando uno no sabe leer. Es una idea que desconoce totalmente la complejidad de la información iconográfica (...) En los espacios universitarios lo que más valor tiene es la palabra y la palabra escrita (p. 19).

El objetivo general de la tesis fue *comprender la percepción estética y creativa universitaria, desde una perspectiva kantiana, en una muestra del Politécnico Jaime Isaza Cadavid.*

Consecuente con la anterior reflexión problemática, surgió la siguiente pregunta: ¿Cómo es la percepción que tiene el grupo de estudiantes y profesores del Politécnico Jaime Isaza Cadavid consultados, acerca de la *estética y la creatividad* y su relación con el aprendizaje?

La metodología relacional basada en la Semiótica y teoría triádica del signo en Charles Peirce permitió inicialmente aglutinar el dato original, pasar a la interpretación, la abstracción, la proposición y finalmente a la conclusión final sin perder fidelidad entre el dato y la conclusión. Se reunieron muestras de 15 personas, diez estudiantes y cinco profesores, cada uno con 20 preguntas que multiplicadas da un total de 350 las cuales, además, fueron cruzadas entre sí, elevando a un considerable número la cantidad de datos analizados. Estos datos, se aglutinaron y modularon en un proceso de reunión semántica de síntesis. Finalmente, se obtuvieron resultados, que para quien

escribe, significa un gran placer el poder entender mejor como es la estética universitaria. Le invito a leer, a usted, que en adelante será mi compañía, las siguientes letras, pero antes permítame le invito a ver el siguiente video que describe los principales hallazgos de esta tesis.

Link a video:

<https://www.youtube.com/watch?v=7nyH1SJ0VcU&feature=youtu.be>

Los resultados permitieron comprender la realidad y lo ideales estéticos de los estudiantes y docentes entrevistados de la Facultad de Comunicación datada. De este modo, el trabajo procuró aportar elementos de análisis a la discusión acerca de la educación creativa y la estética, en el ámbito de las aulas universitarias.

Es necesario precisar que los hallazgos de esta investigación, al ser abordada desde la estética, pretenden brindar elementos de valoración para comprender el placer y la emoción presente en el aprendizaje. El placer y la emoción son fundamento para una educación que estimule la creatividad, no la productividad, ni la autoridad, ni la memoria. El enfoque estético no pretende hacer estudiantes más inteligentes, sino que procura formar estudiantes que encuentren desarrollo pleno de sus potencialidades de ser y hacer en el objeto de estudio.

Al final de esta tesis se verá como aquello que inicio con una pregunta acerca de los estímulos placenteros del espacio académico y sus objetos, terminó refiriéndose a algo más amplio y complejo como lo son las interacciones con las personas. Se demostrará como el sujeto no sólo percibe estímulos estéticos, sino que los produce, en una estética dinámica y vital que une el sujeto, el objeto y el signo estético en uno solo. Esto, como una unidad donde la acción y la reacción de

uno dependen, por un lado, de los estímulos de placer o displacer que percibe del otro, esto, en una reacción binaria, o, por otra parte, de reacciones planeadas y en ocasiones transformadas en la lógica racional del sujeto estableciendo una relación triádica con el signo estético.

El lector encontrara la estructura del texto en los siguientes capítulos. El primero da cuenta del estado del arte, aquí, el tema de estética universitaria carece de referentes investigativos y por esto se opta por revisar el término, ambiente de aprendizaje. El segundo capítulo, refiere al marco teórico en el cual se presenta esta investigación, en él, se da un piso teórico que define la estética desde el texto, La Crítica del juicio de Kant, basado, en el placer y la emoción. El tercer capítulo, presenta el análisis de los datos recogidos en un proceso metodológico relacional. El cuarto capítulo expone la tesis de esta investigación, en una serie de hallazgos que permiten afirmar la vitalidad y complejidad de las relaciones estéticas o de placer que establecen los humanos datados. El quinto capítulo concluye la tesis en un resumen que describe la relación estética entre sujeto, objeto y signo, y finalmente, el sexto capítulo, expone algunas ideas acerca la creación de un proyecto de estética universitaria ideal e imaginario.

Lo invitamos a usted lector a que se sumerja en este mundo de placer y estética.

Capítulo 1 ESTADO DEL ARTE

La pregunta por la estética de los sujetos universitarios y sus espacios de aprendizaje es una pregunta aún sin respuesta. Luego de invertir un tiempo importante en el rastreo bibliográfico, ir de base de datos en base de datos para encontrar algo que permita tener un punto de apoyo firme o incluso movedizo para continuar desarrollando el tema en esta tesis, no se logró. La investigación de la estética en los habitantes del espacio universitario es todavía un campo por explorar. En la búsqueda bibliográfica se encontraron elementos de estética en los espacios escolares infantiles y de educación secundaria, pero no en el espacio universitario.

Este decaimiento progresivo por el interés estético desde la infancia hasta el ámbito universitario llevo a otras preguntas: ¿Cuál es la razón de una carencia investigativa de la estética en los sujetos universitarios? ¿Por qué el decaimiento progresivo por el interés estético del aula de aprendizaje desde la infancia hasta la adultez? Esa se convirtió en otra pregunta que se sumaba ya a la primera fundamental. Se halló una respuesta, y como lo desarrollaremos en unos párrafos más adelante, fundada en fuentes aún muy difusas que habla de una condición bien extraña del ser humano, que consiste en que la necesidad de estímulo sensorial y estético decrece con el paso del tiempo, es decir, mientras somos niños requerimos gran estímulo sensorial, y en la medida que pasa el tiempo, decrece y es reemplazado por un tipo de conocimiento más intelectual.

La austeridad monacal de las aulas de clase universitarias muchas veces contrasta con los espacios de los niños en las escuelas. Se presupone que el estímulo estético es una necesidad dentro

de los niños y va disminuyendo hacia la juventud y la edad adulta encontrando cada vez espacios más anónimos y desestimulantes. Llegar a las instancias de un estudio de pregrado universitario conlleva que el estímulo sensorial disminuye por orden social. Esta es una explicación tautológica o más bien una descripción aparente de los hechos, pero que aún no explica dicha situación y no deja satisfacción.

¿Por qué entonces es el alto grado de estetización en el mundo adulto? ¿Por qué el adulto le da tanta importancia al placer que genera la fiesta, la comida, el traje, el transporte, el pasear por el mundo, y al contrario el ambiente de aprendizaje adulto carece de importancia como fuente de placer? Estas cavilaciones llevan entonces a pensar que tal vez la estética del mundo adulto no se desvanece en un proceso progresivo desde la infancia, sino que se divide. En esta división del mundo adulto se dibujan dos caminos: por un lado va el deber y por el otro el placer, y como tal, este placer merece toda clase de atención estética. Lamentablemente al aprendizaje le toca el deber, mundo lleno de sacrificios y esfuerzos que validan la calidad de lo aprendido. Tal vez este sacrificio sea una creencia heredada de siglos de doctrina religiosa cristiana dentro del aparato educativo, donde el paraíso se gana con la abstención del placer y una vida llena de carencias y esfuerzos.

Según Arguello (1995):

Las poéticas del espacio como primer umbral de la estética de la comunicación: como imaginamos, construimos y nos diluimos en el espacio es hoy, más que nunca, la preocupación de los que trabajan el problema del hombre y la cultura: Heidegger habló del arte y del espacio; Bachelard habló de la poética del espacio; Matoré, El espacio humano, Akerman de El espacio y el imaginario. El espacio se percibe, desde el espacio

se percibe, el espacio se siente en todo momento. Percepción y sentidos como dos ingredientes principales para el principio de una estética del espacio (p. 93).

Inicialmente el estado del arte de esta tesis no logra establecer un punto de arranque ¿qué es lo último en la estética del entorno universitario? Acerca de este tema no hay nada. Entonces se debe de reconocer que es lo más cercano en términos de investigación al tema que le ocupa. Es en este punto donde se realiza una ampliación conceptual del término estética en los espacios de aprendizaje universitarios. Se ha acogido, al placer, como la validación de la experiencia estética según Kant, para hacer analogía con cualquier adopción que se pretenda. De ahí surge el interés por el concepto de, ambiente de aprendizaje.

El concepto de ambiente, como lo desarrollaremos más adelante, es una experiencia del siglo XX que nace de la naturaleza y migra hacia el que hacer social y que no tiene que ver directamente con el placer sino con la eficiencia y la ergonomía. Áreas del diseño y la productividad, que bien se enmarcan perfectamente en estos tiempos modernos de productividad capitalista, y que si bien no tratan explícitamente del placer de forma directa, la productividad y el diseño solo son posibles si logran satisfacer en cierto grado de placer y la distensión. Así, de este modo, se establece una relación indirecta entre estética y ambiente. Al respecto, Giroux (1997), citado por Duarte (2003) indica:

La emergencia histórica de “nuevos” escenarios para la Pedagogía, sobrepasando los tradicionales y religiosos linderos escolares que la monopolizaban, se remonta a los años sesenta en Latinoamérica con las experiencias educativas lideradas por comunidades e instituciones, con ideales liberacionistas en contextos de marginación, explotación económica y dominación política (p. 98).

La razón por la cual esta investigación se refiere a ambientes de aprendizaje y no a aulas escolares o salones de clase es porque se da por favorecido el papel activo del ambiente de aprendizaje frente a la función pasiva en que se desarrolla el aula de clase tradicional. Establecer el deber ser frente al ser permite tener un referente de medida de valores y un listado de carencias desde donde evaluar las condiciones de salón de clase que domina en el entorno educativo real y actual. De este se podrá emprender la transformación de nuestro entendimiento acerca del tema y porque no, en adelante, transformar la realidad del aula de clase en ambientes de trabajo. En ese sentido, Duarte (2003) afirma:

Son varias las disciplinas relacionadas de alguna manera con el concepto de ambientes de aprendizaje, también llamados ambientes educativos, términos que se utilizan indistintamente para aludir a un mismo objeto de estudio. Desde la perspectiva ambiental de la educación, de la ecológica, de la psicológica, de la sistémica en teoría del currículo así como enfoques propios de la teología y la proxémica, entre otros, han contribuido a delimitar este concepto, que actualmente demanda ser reflexionado dada la proliferación de ambientes educativos en la sociedad contemporánea y que no son propiamente escolares (p. 98).

Al respecto, Raichvarg (1994), citado por Duarte (2003), declara que:

La palabra “ambiente” data de 1921, y fue introducida por los geógrafos que consideraban que la palabra “medio” era insuficiente para dar cuenta de la acción de los seres humanos sobre su medio. El ambiente se deriva de la interacción del hombre con el entorno natural (p. 99).

La primera evidencia de cambio de paradigmas educativos es pasividad por interacción. El aprendizaje conductista y lineal agota sus argumentos frente al constructivismo pedagógico donde el conocimiento contempla la subjetividad del estudiante como un componente fundamental del aprendizaje. El conductismo, como modelo pedagógico, presenta un conocimiento universalista, positivista, dado de forma unilateral y lineal que propone verdades únicas, donde el modelo transmisionista de la clase magistral tradicional puede funcionar para los propósitos y paradigmas de la época.

No se trata aquí solo de hacer crítica del conductismo ya que su valor es evidente a la hora de la transmisión de contenidos, pero su uso debe ser modulado y moderado con otras formas de aprender creativo que son pertinentes y coherentes con los paradigmas actuales de libertad individual, creatividad y ecología. Sin embargo, la discusión de esta investigación está menos en la forma adecuada de aprender y de ahí las corrientes pedagógicas que en la pregunta y la discusión académica en torno al placer que debe tener el aprender.

Las analogías, conscientes o inconscientes, que se hacen entre pasividad con muerte y actividad con vida, son la metáfora donde la vida que emana de los ambientes de aprendizaje estéticos conquistan la muerte y la aburrición presente en aulas de clase tradicionales. La actividad o interacción es palabra reiterada en las definiciones del ambiente de aprendizaje así como la palabra vida. Esta vida y actividad es producto del estímulo estético presente en dichas aulas. Lo que se ve, se oye, se toca procede de diferentes fuentes y de modo variable escapa de la monótona voz del profesor y asegura impresiones visuales y sonidos con contenidos y conceptos que agitan la imaginación y el entendimiento de los estudiantes. La interacción y actividad entonces son

coherentes con los estímulos sensoriales y las emociones suscitadas. Y esta actividad es al mismo tiempo estímulo para nuevas interacciones que construye un círculo vicioso y que se retroalimenta constantemente.

El ambiente de aprendizaje activo estimula una experiencia estética de mayor productividad creativa que puede tener como génesis el placer. La conexión sensible con el devenir de la clase conduce la atención y el entendimiento. El estudiante, en la pasividad del aula de clase tradicional, oye sin escuchar, mira sin observar, porque es un esfuerzo, es un deber sin contexto ni motivación.

Así lo expresa Luís Carlos Restrepo, en su obra *Derecho a la ternura* “Culturalmente hemos separado la ciencia del placer, de la emoción, del sentimiento, hemos deshumanizado las ciencias para objetivarlas, y hemos dejado de apasionarnos y apasionar a los demás en el misterio del saber”. Sobre el impacto del espacio en la experiencia educativa, Augustowsky (2010) reseña:

En la década del 70, en Canadá, se hicieron algunas investigaciones experimentales, de las que se relata una especialmente. La idea era analizar en qué medida el espacio escolar modificaba el rendimiento de los alumnos. Para esto se modificó un aula común, de escuela media: en lugar de los pupitres habituales pusieron sillones, alfombras, almohadones, cortinas y asemejaron ese espacio al “hábitat” de un adolescente. Lo que demostraron fue que esto no tenía que ver directamente con el rendimiento; o sea, el aula modificada no mejoró el rendimiento de los alumnos. Lo que sí modificó fue el nivel de interés por la vida escolar, por los intercambios, por la comunicación (p. 14).

Hay que tener conciencia de que uno de los puntos de separación entre el término ambiente y estética es que el primero centra su atención en el objeto y el segundo en el sujeto. Tal como se argumentará en el marco teórico con Kant, la pregunta por la estética es la pregunta por el placer

que siente el sujeto. Es por esta razón que en adelante, el estado del arte de este proyecto se desviará de forma consciente hacia las características del objeto, y no en el sujeto como debía de ser. Esto se debe solo a que no existen investigaciones que hablen de estética en los espacios universitarios. Sí existe, pero solo en los espacios educativos infantiles, y eso que ahí, la estética se entiende como ornamentación y decoro de los espacios y no el placer del sujeto que propone Kant como validador del juicio estético. A propósito, Naranjo y Torres (1996) sostienen:

El ambiente de aprendizaje es una expresión condensada de la ciudad, de subjetividades, de democracia, de comunidad, de reflexión diaria, de ejercicio de poderes. Todos los ciudadanos a su manera aportan algo en el significado de lo que es su ciudad. En el ambiente de aprendizaje también cada uno aporta lo que es. Aprendices y ciudadanos votan por lo que quieren decidir. Es un ejercicio de poder democrático. De allí se deriva el concepto (la ciudad educadora) (p. 62).

Acerca del aula escolar, Paulo Freire fundador de la pedagogía del oprimido aprendió a leer el mundo, su entorno cotidiano, no las letras. Nadie enseña a nadie, nos educamos en relación... (Germán Muñoz, 2016).

La experiencia de docentes y estudiantes en las aulas escolares actuales pocas veces tiene una alta valoración de placer. Esta es una afirmación desde la práctica de 25 años que tiene en la docencia universitaria quien escribe estas líneas. Esta percepción compartida con estudiantes y en menos medida por docentes tiene sus explicaciones. El uso del espacio, de la movilidad, el tipo y flujo de conocimiento, las formas de la comunicación y relación son algunos de los aspectos más relevantes del análisis que hacen los expertos de la tradicional.

La exclusividad de las conocidas *salas de profesores*, sin equidad respectiva para los estudiantes, pues no hay *sala para estudiantes*; así mismo, la movilidad del docente en el aula de clase no es comparable con la del estudiante, el uno camina ocupando todo el espacio del aula si así lo desea, el estudiante, delimitado por la silla y la fila en que se ubica no debe de salirse de la línea imaginaria establecida. La ausencia de una mirada horizontal entre docente y estudiante, que por el contrario, dibuja una línea diagonal que expresa la superioridad desde donde se ubica el docente; como si fuera poco, la palabra del docente frente a la del estudiante posee mayor peso y credibilidad. Son estos elementos de la kinesis, la proxémica y los espacios de poder de la tradicional aula de clase que hablan de paradigmas que resisten a morir en la educación actual. En esa dirección va la evaluación que Moreno y Molina (1993) hacen del ambiente escolar:

En las escuelas actuales el ambiente educativo se mantiene inalterado: En cuanto al ordenamiento sigue siendo prescriptivo, en cuanto a las relaciones interpersonales es dominado por consideraciones asimétricas de autoridad (autoritarismo). En cuanto a la relación con el conocimiento está inmerso en concepciones transmisionistas y en lo referente a valores se halla sumido en una farsa en donde lo que se hace está orientado más por la conveniencia que por consideraciones éticas, en donde se privilegia “el saber racionalista e instrumental” y se descuida el arte y las diversas posibilidades de reconocimiento cultural y de otros saberes (p. 104).

¿Cuáles son las cualidades estéticas de un ambiente de aprendizaje? Esta es la pregunta que automáticamente se hace. Pero tiene un pero, está viciada en tanto que no existe un ambiente de aprendizaje. Los ambientes de aprendizaje, en tanto que placenteros, sirven para aprender, y ya que no hay un solo tipo de aprendizaje sino múltiples aprendizajes. Así que el primer criterio para conceptualizarlo es el carácter disímil que pueden tener los ambientes de aprendizajes, no permite tener un modelo sino variados escenarios. Así, el modelo de ambiente de aprendizaje lo

transformaremos en sugerencias. Este tema viene marcado transversalmente por una constante ya observada y expresada en otro momento que tiene que ver con la forma en degradé en que disminuye la atención por la estética desde la infancia en el aula preescolar a la juvenil y adulta de la universidad. La mayor, por no decir casi la única fuente de investigación académica, está dirigida a población infantil.

Dentro de las pocas evidencias investigativas por la estética en la universidad, se tiene una tesis que desarrolla experiencias y aprendizajes de estudiantes en entornos naturales. En su documento, Zapata y Mejía (2013) afirman:

La sensibilización estética en los estudiantes de primer semestre de la Licenciatura en Educación Física, Deporte y Recreación de la Universidad Pedagógica Nacional Centro Valle de Tenza ¿causa un efecto significativo en el reconocimiento de la naturaleza y el territorio? En cuanto al sitio favorito, se refleja una inclinación por ambientes naturales (Campo y Laguna o mar, en un 73%), paralelamente los elementos de estudios de Kaivola y Rikkinen (2003), también muestran una preferencia de los jóvenes hacia la naturaleza. Aun así, no se reflejan descripciones adicionales, lo que implica que a pesar de ser un sitio importante para ellos, no es significativo hablar a profundidad de las características que lo hacen especial. No obstante, lo más significativo de estos lugares es su tranquilidad, en concordancia con Barraza (1999), un lugar tranquilo permite meditar, convirtiendo los entornos naturales en un sitio ideal para estar; tal es el caso que los psicólogos ambientales se han dado cuenta de que el paisaje natural es importante en la recuperación psíquica de jóvenes con diferentes dificultades físicas y mentales (p. 66).

Explicar la razón del porqué la naturaleza logra semejante efecto de placer en los estudiantes asistentes a estas prácticas de investigación es acorde a la concepción filosófica del gusto. Kant, ejemplifica sus juicios estéticos de lo bello y lo sublime teniendo como referente el paisaje Natural. Así mismo las fuentes consultadas coinciden en incluir a la naturaleza como ambiente o parte del

ambiente de aprendizaje. Aquí veremos cómo el tema de la formación de la personalidad en el joven se ve tocada por esta experiencia con la naturaleza. Con relación a lo anterior, Kellert (1996), citado por Zapata y Mejía (2013), menciona:

Un aspecto estéticamente atractivo para los jóvenes parece estar conectado a varias especies grandes, coloridas y de rápido movimiento; este aspecto se ve también reflejado en los resultados de la pregunta número cinco (¿Qué seres vivos le impactaron? ¿Qué es lo que más recuerda de estos?). Se reafirma así que los jóvenes admiran a los seres que reflejan las características que ellos mismos quieren desarrollar, como la grandeza, la agilidad, la fortaleza, la belleza, entre otras; quizá porque se venera la forma natural como estos organismos desarrollan esas admirables características. (p .66).

La relación de vista y oído frente a la del gusto y el tacto fue diferenciada por los jóvenes de la Universidad Pedagógica Nacional, Centro Valle de Tenza, en la evaluación de sus experiencias. La vista y el oído les permiten mayor distancia para formarse un referente externo de la naturaleza, mientras que el gusto y el tacto implican un acercamiento y mayor contacto. Frente a ello, los mismos Zapata y Mejía (2013) afirman:

La fase II, “despertando los sentidos”, reflejó que los estudiantes perciben la naturaleza como un referente externo, este referente es construido principalmente (y casi únicamente) por los sentidos de la vista y el oído, mientras que el olfato, el tacto y el gusto no son reconocidos como algo esencial a la hora de generar experiencias estéticas. Una posible explicación frente a este resultado, es que los sentidos del oído y la vista no requieren que el espectador tenga una relación compleja con la naturaleza, mientras que el olfato el tacto y el gusto implican mayor cercanía (p. 51).

Es de destacar la importancia del aire en el rostro de los jóvenes que asisten a un ambiente de aprendizaje natural. El valor de esto, que aparece tan sutil y placentero, está presente en la

experiencia de aprender en un ambiente natural; representa la unión de emoción y entendimiento de la que Kant habla desde la Crítica del juicio. El audiovisual, que con temáticas de naturaleza es reproducido en el aula de clase, es cercano en este sentido a una caricatura carente de sentido y contexto. Un video de naturaleza carece del aire, el aroma, el tacto y la magnitud de las formas, el tamaño de la montaña, el río, el árbol que brindan una experiencia de sublimidad y que se pierde en una fría pantalla led, plana, con medidas estándar, que se esfuerza por cautivar a unos jóvenes inquietos, atrapados en una silla y que no pueden salir de la fila demarcada.

La relación naturaleza-aprendizaje forma un ambiente placentero como ninguno. Las reflexiones de la escuela antroposófica de Waldorf, acerca del papel del arte y la naturaleza en su proyecto educativo, los colegios Montessori, los del modelo educativo de Ettievan, la pedagogía y arquitectura del colegio “Ideas”, donde se crean aulas de clase emergiendo de la naturaleza; salones abiertos y sin cerramientos que permiten una integración visual con el entorno; el uso de materiales naturales y áreas circulares; así como las escuelas de Reggio Emilia, son todos ejemplos que guardan coherencia con la urgencia de un pensamiento ecológico, coyuntural con la actualidad apremiante de contaminación mundial.

Un elemento reiterativo en las fuentes es la importancia de la generación de elementos que identifique al estudiante con el territorio donde se desarrolla el proceso de aprendizaje. Este sentido de identidad va vinculado a las emociones que se suscitan en el ambiente. Por lo tanto, se interpreta que el sentido de identidad con el territorio va precedido de un vínculo emocional con las raíces, el origen (Zapata y Mejía, 2013) “El vínculo emocional precede la identidad y encuentra en el territorio, el lugar, el espacio, el depositario simbólico de pertenencia”. Como el cuarto, la alcoba

de un estudiante está cargada de los elementos semánticos para su vida: objetos y fotografías están marcados por su historia y la memoria. Asimismo, la identidad y la memoria encuentran en la apropiación, en la personalización de cada ambiente de aprendizaje, las emociones que carga un grupo de estudiantes como sentido de identidad.

El concepto de la escuela permeable se caracteriza porque se concibe abierta, lo más arraigada posible a su medio, con fronteras no claramente delimitables y relaciones con el conocimiento y entre los individuos que buscan establecer vivencias culturales cruzadas por prácticas democráticas altamente participativas. A continuación, se hace un enunciado de las más importantes cualidades y sugerencias que los expertos hacen, que han tenido en cuenta o que han observado en el diseño de un ambiente de aprendizaje ideal, que estimule los sentidos, y que haga del aprender una experiencia estética placentera.

Así, Suárez y Garrido (1989, p. 58); Abad (2006, pp. 5-8); Jiménez (2008, pp.110-123); Iris (s.f. p. 12), y Gutiérrez y Pérez (2002. Pp.136-142), proponen sugerencias para un ambiente de aprendizaje, que coinciden en los siguientes aspectos:

- Ha de posibilitar el encuentro y el acercamiento entre las personas.
- He de facilitar el contacto con materiales y actividades.
- Ha de ser diverso y poder desarrollarse en distintos lugares.
- Ha de ofrecer distintos sub escenarios.
- Ha de ser construido por todos los integrantes del grupo.
- He de disponer a la interacción comunicativa circular.

- Todo problema ético en el ambiente remite a un asunto estético.
- Propicia la lúdica.
- La virtualización debe de ser re conceptualizada en una ruta de uso.
- Debe ser un verdadero sistema abierto, flexible y dinámico.
- El carácter ético del entorno escolar es un elemento fundamental en los procesos de aprendizaje.
- La racionalidad sensorial y la tematización de la afectividad deben dar lugar al despliegue de las subjetividades.
- Redimensionar la vocación docente y ver en el oficio amor y ternura.
- Incorporar el misterio, la imaginación, la apertura, la participación, la convivencia democrática, la reflexión.
- Aceptar el error, la ignorancia, la incertidumbre.
- Privilegiar los procesos antes que los resultados.
- Cada taller o rincón de trabajo debe de estar bien definido.
- Los alumnos tienden a ocupar las zonas espaciales, estéticas y cómodas.
- No existe un diseño ideal del aula.
- Ha de ser estimulante, accesible, flexible y funcional.
- Ha de ser estético, agradable para los sentidos.
- Debe sugerir gran cantidad de acciones.
- Debe estar abierta al mundo que le rodea.
- Debe ser un espacio acogedor.
- Debe ser un lugar vivo, con personalidad.

Los ambientes virtuales educativos o híbridos entre virtualidad y presencialidad promovidos actualmente por el paradigma de la digitalización del conocimiento, tampoco es la respuesta a las necesidades ambientales de una estética para el aprendizaje. No se trata de negar la presencia en el aula de pantallas y demás artilugios digitales como apoyo. Pero, en términos estéticos, se ha pasado del aula de clase tradicional a la sala de sistemas. Con la única diferencia, en términos de estímulo sensorial, que en vez de un cuaderno sobre la tabla de la silla universitaria se tiene ahora una pantalla con wifi.

En los últimos años el protagonismo de la educación en Finlandia ha cobrado relevancia en el ámbito internacional. Finlandia es un país protagonista no solo en el ámbito educativo (eso hace que el análisis y conclusiones de que lo que hacen los finlandeses en el ámbito escolar es ejemplo para los demás países para superar el atraso que aún llevamos no es tan sencillo como eso), sino que es un país organizado en casi todos sus aspectos, que le ha tocado serlo para adaptarse a las duras condiciones que ha sorteado por siglos frente a la naturaleza. Es evidente que la formación de sus niños y jóvenes no puede ser la excepción. El ejemplo finlandés que a este proyecto interesa tiene que ver con el mismo que nos permitió acoger los ambientes de aprendizaje como referente del estado del arte de la estética en el espacio universitario. El placer. Con respecto del éxito del caso finlandés, Robert (2006) establece:

¿Qué es necesario poner en el centro del sistema, el alumno o los conocimientos? Finlandia eligió sin discusión la primera alternativa: el alumno. Un profundo análisis de las necesidades reales de cada alumno es lo que está detrás del asombroso éxito del sistema. Un alumno feliz, bien desarrollado, libre de progresar a su ritmo, adquirirá más fácilmente los conocimientos fundamentales. Finlandia respeta profundamente los conocimientos, pero respeta aún más a los individuos que están en proceso de adquirirlos.

El alumno debe sentirse en la escuela “como en su casa”. Toda divergencia entre la escuela y la casa debe ser borrada en la medida de lo posible. Los alumnos descansan en pasillos de colores cálidos y a menudo decorados por trabajos de ellos mismos. Uno de los criterios que el Colegio enfatiza es el sentimiento que tienen los propios alumnos de poder ser ellos mismos en toda circunstancia. Relajación (incluso de indumentaria) y libertad de movimientos de los alumnos lo que por otra parte no excluye, una sorprendente autodisciplina. Es tomado en cuenta el ritmo de las actividades, para evitar cualquier tensión innecesaria a los niños. En sí, el nivel de ansiedad relacionado con el aprendizaje de matemáticas –en Finlandia– aparece claramente como más bajo que en los otros países. (P. 1-2).

Lo anterior es una muestra de la importancia que para las políticas de Finlandia tiene la valoración del bienestar de los estudiantes. Un claro interés por alejar del ambiente de aprendizaje toda muestra de estrés y tensión. Los resultados de las pruebas Pisa son consecuencia de toda una política compleja y sistémica respecto al desarrollo de la educación en este país y es claro que este éxito no depende solo del cuidado del bienestar del estudiante ni solo del placer con que asume sus responsabilidades escolares.

Sin embargo, es importante saber la relevancia, el cuidado puesto en este aspecto en las políticas estructurales de la educación finlandesa para que sirva de referente en esta tesis, que si bien no se refiere a este cuidado como si fuera estética, la validación del placer está directamente relacionada con el nivel académico. Como se expresó en párrafos anteriores, los ambientes de aprendizaje, y en este caso, para el ambiente escolar finlandés, el bienestar del estudiante está íntimamente relacionado con su eficiencia académica y productiva.

El aporte de la estética universitaria y que le diferencia de las aulas de aprendizaje es que la primera apunta al estímulo sensorial e intelectual para hacer del aprendizaje una experiencia estética placentera como lo es la vida. Esta experiencia no necesariamente se hace para aumentar la productividad, tal, como si lo apunta el ambiente de aprendizaje.

Capítulo 2 MARCO TEÓRICO

El objetivo de esta investigación fue comprender la percepción estética que tienen los docentes y estudiantes del Politécnico Jaime Isaza Cadavid. Esto fue posible de analizar desde la perspectiva de la estética, entendida como disciplina filosófica que permite comprender los juicios estéticos, las emociones bellas y sublimes, el entendimiento, y la imaginación que les suscita a los docentes y estudiantes su ambiente de aprendizaje. En tal sentido, Baumgarten (1999) define y conceptualiza la estética como «la ciencia del conocimiento sensible» (p. 7), y lo sensible comprende un tipo de conocimiento diferente a la razón, fundado en los sentidos. En este sentido la distante relación que existe entre la estética de un aula de aprendizaje y el placer por aprender, es una de las distancias que esta reflexión teórica pretende acortar.

Para el caso, Alarcón (2016, clase magistral) advierte “Las funciones cognitivas superiores como la abstracción, la argumentación, el análisis entre otras y las funciones cognitivas inferiores como la atención, la memoria y el cálculo dependen del sustrato sensorial que lleva a las emociones y el placer”. Si, como sostiene Alarcón, el estímulo sensorial es el activador de los procesos cognitivos superiores, la carencia de ellos podría suponer lo contrario, es decir, podría comportar el debilitamiento de las funciones cognitivas superiores e inferiores debido a la ausencia de estímulos sensoriales. Sin demasiado análisis, el aula de clase universitaria podría entrar en esta carencia de estímulos.

La explicación neurológica de Alarcón, sobre el estímulo sensible y sus conexiones con las funciones cognitivas superiores, contiene una relación directa con la teoría estética de Kant, en el

sentido de que los dos centran su explicación en el sujeto que percibe, de modo sensible, y no en el objeto percibido. Es por esta razón que esta investigación centra su interés en las personas más que en el entorno.

Según Kant (1977)

Para decidir si una cosa es bella o no lo es, no referimos la representación a un objeto por medio del entendimiento, sino al sujeto y al sentimiento de placer o de pena por medio de la imaginación (quizá medio de unión para el entendimiento). El juicio del gusto no es, pues, un juicio de conocimiento; no es por tanto lógico, sino estético, es decir, que el principio que lo determina es puramente subjetivo (p. 101).

En esta relación entre la experiencia estética, la emoción y el placer radica el poder con que el arte ha fundado su atractiva retórica. Sentir placer mientras se estimula la imaginación y el entendimiento es lo que finalmente permite la emoción del espectador frente a la obra de arte. Las catedrales góticas, por medio de sus altísimas bóvedas, coloridos e iluminados espacios, logran llevar al fiel a elevarse y experimentar el cielo en vida, a sentirse pequeño, diminuto, en medio de la obra divina; las pinturas del Barroco religioso representan seres humanos que sufren, ambientes oscuros llenos de tenebrismo para que, por medio del temor, el fiel se adhiriera a la fe católica buscando protección frente a ese Dios todopoderoso que puede producir enorme dolor; las representaciones teatrales en Atenas llevan a los espectadores del llanto a la risa por medio del estímulo de la representación teatral, según Aristóteles, en una identificación con el drama del personaje que posibilita el nacimiento de la catarsis sanadora del alma. Este es el poder del arte, afectación sensible y emocional que pone diferentes conceptos en juego. Son solo tres ejemplos de los miles en que el arte ha logrado recrear conocimiento y emoción de forma simultánea por

medio de su retórica estética. La estética, como mejor transmisor de conocimiento. Sobre el particular, Arguello (1995) afirma.

La relación entre estética y conocimiento siempre se ha dado de manera implícita. Pero es tal vez desde Nietzsche cuando dice que no es sólo (sic) la vida la que necesita ilusiones, vale decir falsedades consideradas como verdades, ni es solo nuestra cultura la que descansa sobre ilusiones aisladas, también nuestro conocimiento las necesita; pasando por los juegos del lenguaje según Wittgenstein y la relación entre filosofía y poesía según Heidegger hasta llegar a los textualistas: Derrida, Foucault, Ricoeur, Rovatti; cuando mejor se ha sentido esta necesidad. Esta corriente dirige su atención, inicialmente, al hecho de considerar la filosofía un género literario más. Recordemos que ya Borges había dicho que la metafísica era una rama más de la literatura fantástica (p. 204).

La naturaleza aparece como fuente de la experiencia estética, tal vez la primera, incluso, antes que el arte. La dimensión, la magnitud frente a nuestra nimiedad genera un placer no exento de temor. Un placer sublime, lo definiría Kant, en oposición al placer suscitado por lo bello. La naturaleza ha sido la fuente de las más intensas experiencias estéticas desde la antigüedad hasta nuestros días; el hombre se ha sentido maravillado frente al placer que brinda a sus sentidos la contemplación de la naturaleza y el reto que representa a su entendimiento la magnitud y la fuerza con que esta se nos presenta. De forma poética, ya lo destaca Kant (1977):

Elevados peñascos suspendidos en el aire y como amenazando, nubes tempestuosas reuniéndose en la atmósfera en medio de los relámpagos y el trueno, volcanes desencadenando todo su poder de destrucción, huracanes sembrando tras ellos la devastación, el inmenso Océano agitado por la tormenta, la catarata de un gran río, etc., son cosas que reducen a una insignificante pequeñez nuestro poder de resistencia, comparado con el de tales potencias. Mas el aspecto de ellos tiene tanto más atractivo, cuanto es más terrible, puesto que nos hallamos seguros, y llamamos voluntariamente estas cosas sublimes, porque elevan las fuerzas del alma por cima de su medianía

ordinaria, y porque nos hacen descubrir en nosotros mismos un poder de resistencia de tal especie, que nos da el valor de medir nuestras fuerzas con la omnipotencia aparente de la naturaleza (p. 163).

Además de la experiencia estética frente a la naturaleza y el arte, tenemos la estetización de la vida cotidiana. En la antigua Grecia, los temas cotidianos son ya motivo de expresión de la escultura en el periodo helenístico: púgiles de rostros destrozados tras el combate; una niña que saca con sus uñas un chuzó de la planta de sus pies; comedias que ridiculizan a personas de la sociedad como formas de retratos realistas de la vida cotidiana. Todos son la expresión de una cultura, que luego de haber conocido el esplendor de un arte idealista y apolíneo durante la Grecia de Pericles, encuentra en la cotidianidad dionisiaca y sublime el motivo de su arte. Pero ya antes de la estética, en cuanto categoría filosófica (siglo XVIII), el hombre se procuraba una vida rodeada de estímulos estéticos, por lo menos, en el sentido de una estimulación sensorial e intelectual. Estéticamente, el tránsito entre el medioevo y el Renacimiento, significó además la transición desde una sensibilidad idealizada, platónica y alejada de la experiencia (frente al arte, dios y la naturaleza), hacia otra terrenal y cotidiana. El hombre del renacimiento es ahora un humanista que rescata el hedonismo pagano y opta por una vida lo más estimulante posible para los sentidos. Es el génesis de lo que serán nuestras ciudades modernas, estetizadas por la publicidad y la necesidad del comercio. Sobre el problema de la estética medieval frente la renacentista, Eco (1990) observa:

Hemos visto que Ficino parece privilegiar el reflejo de la idea celeste sobre la materia que informa. Pero, y es otro aspecto del nuevo paradigma renacentista, esta concepción del sabio que intenta hacerse semejante a Dios penetrando sus misterios tiene como efecto colateral una revalorización del cuerpo y de las amenidades de la vida. Curiosa contradicción: el teórico medieval puede emplear páginas y páginas sobre la belleza de la

naturaleza, pero no sacará nunca la conclusión de que también el modo de tratar el propio cuerpo y el propio ambiente forman parte de su ideal de belleza. Por el contrario, el teórico renacentista parece entregado al descubrimiento de una idea desmaterializada de belleza, pero de hecho se comporta como si el problema estético no concerniera sólo (sic) a la contemplación del mundo, sino también a la propia práctica cotidiana, al cuidado del propio cuerpo y de los lugares en los que agradablemente, con equilibrio pero con plenitud de los sentidos, se dispone a celebrar la propia aventura terrena. La estética se convierte en norma de vida. No se tiende ya a dar una justificación teológica de lo agradable: se practica lo agradable como una de las formas eficaces de la religiosidad natural (p. 184).

El pensamiento teocéntrico medieval y el antropocéntrico renacentista, difieren tanto como difieren el dogma cristiano de la filosofía Griega. Las preocupaciones estéticas medievales están aún insertas en la discusión de si el culto a Dios debe contener el decoro de las telas finas, el satén, el oro, la pedrería, o por el contrario, si debe ser austero, como el voto de pobreza del franciscano que busca la gracia a los ojos de Dios por su desapego a la materia banal del mundo. Es esta la discusión entre Cistercienses y Cartujos, donde los primeros abogan por una fe austera y pobre, mientras que los segundos defienden el decoro a la altura del altísimo para la expresión de su fe.

No parece, pero esta disputa medieval entre cistercienses y cartujos es importante para el futuro de la educación en occidente. ¿La razón? la iglesia, luego de la división de poderes (sacro y profano) de fin del medioevo, que se estrena con el Renacimiento, La iglesia cristiana va a dirigir los destinos y las políticas de la educación occidental. Las instituciones religiosas, con los años y los siglos de manejo de la educación, van a adquirir una vasta experiencia en administración del conocimiento académico y escolar. Sin embargo, la estética de sus aulas de aprendizaje no va a ser la fortaleza de sus políticas educativas. La razón puede estribar en el señalamiento que el catolicismo hace a la belleza sensible: es el vehículo para el pecado. De allí que la estética medieval

pueda interpretarse como un “retroceso” frente a la belleza conquistada por el paganismo. La belleza interior, la del alma, es la respuesta de San Agustín a la belleza de los proporcionados, sensuales y armoniosos cuerpos de la escultura Griega. Gracias, en gran parte, a la Iglesia católica, pero también al beneplácito con que el poder laico moderno mira las relaciones de autoridad dispuestas en la estética del aula de clase, esta no fue cuestionada ni transformada en los siglos anteriores, ni lo será en los próximos. Paradójicamente, las ciudades modernas se tornan cada vez más estetizadas, más estimulantes a los sentidos, venden y brindan emociones desde todos los precios y para todos los bolsillos. La ciudad, de este modo, atrae a las masas migrantes de campesinos, prometiéndoles experiencias de todo tipo y para todo tipo de personas y bolsillos. La publicidad es la reina: se vende la felicidad a partir de la conducción de un auto, el amor se vende envuelto en un traje, la salud en una cena, pero, paradójicamente, no se vende alguna forma de conocimiento o sabiduría. El conocimiento no parece resultar atractivo, y se vende solo bajo la forma del deber y no del placer.

El hombre moderno, cada vez más libre de las ataduras del pecado cristiano, ha aprendido a otorgarle mayor valor al placer. Este placer frente a la experiencia estética, que nos procura la naturaleza, el arte o la cotidianidad, según Kant, surge de la oposición entre la imaginación y el entendimiento. El placer no es solo imaginación desenfrenada; esta imaginación está incitada por el entendimiento que intenta a cada momento establecer conceptos unitarios, siempre superados por la imaginación. Imaginación y entendimiento, el uno nunca supera al otro, pero se estimulan mutuamente para generar placer. Al respecto, Kant (1977) afirma:

No se puede negar que todas nuestras representaciones, cualesquiera que sean, bajo el punto de vista objetivo, simplemente sensibles o enteramente intelectuales, pueden

hallarse subjetivamente ligadas al placer o a la pena, por poco notables que sean ambos (puesto que todas afectan al sentimiento de la vida, y que ninguna de ellas puede ser indiferente, en tanto que son una modificación del sujeto); que aun como Epicuro pretendía, el placer y el dolor son siempre corporales en definitiva, que provienen de la imaginación o de las representaciones del entendimiento, puesto que la vida sin el sentimiento del organismo corporal no es otra cosa que la conciencia de la existencia, mas no el sentimiento del bien o del mal estar, es decir, del ejercicio fácil o penoso de las fuerzas vitales; porque el espíritu por sí solo es la vida (el principio de la vida), y los obstáculos o los auxiliares deben buscarse fuera de él, pero siempre en el hombre, por consiguiente, en su unión con el cuerpo (...) Con relación al sentimiento del placer, un objeto debe referirse o a lo agradable, o a lo bello, o a lo sublime, o al bien (absoluto); (jucundum, pulchrum, sublime, honestum) (p. 181).

El placer o la pena, según Kant, no provienen solo o exclusivamente de las representaciones de lo bello, sino también de las representaciones del entendimiento y la bondad. En general, la ausencia del placer en el aprendizaje y la educación se evidencia en que la estética y la ética han compartido en la historia de la educación el relegado papel de ser materias de segundo o tercer grado de importancia, dentro de un pensum que vela por aquellas materias de primer nivel. Pero lo anterior no pretende ser una apología de las clases de estética y ética en el pensum escolar. Lo que se busca es validar las clases de estética y ética, pues en este marco teórico se entienden más como experiencias vitales que puede llegar a estimular toda actividad intelectual o comportamental, experiencia que dista de toda pretensión de evaluarlas a través de los instrumentos del conocimiento racional calificado con números; lo que se pretende es argumentar para evidenciar la carencia vital de la estética en el ambiente de aprendizaje,

El buen acto de un hombre cuando ayuda a otro hombre o ser vivo no puede estar precedido por ningún interés, ya que si así fuera, no podría ser considerado un acto moralmente bueno. El interés externo al acto mataría la bondad de este. Análogamente, el juicio de lo bello debe carecer de todo interés para que el juicio acerca de su belleza sea puro. La moral y la estética, de modo desinteresado, son un fin en sí mismas, y de este modo, eluden cualquier referencia con el mundo práctico. Sobre el particular, Kant (1977) afirma:

Lo agradable, lo bello y lo bueno designan, pues, tres especies de relación de representaciones al sentimiento de placer o de pena, conforme a las cuales distinguimos entre ellos los objetos o los modos de representación. Existe también lo agradable para los seres desprovistos de razón como los animales; lo bello no existe más que para los hombres, es decir, para los seres sensibles, y al mismo tiempo razonables; lo bueno existe para todo ser razonable en general (p.108).

En la actualidad, la ciencia cuenta con el conocimiento y la tecnología para monitorear la actividad cerebral, de acuerdo con tipos de estímulos y procesos cerebrales. Es así como en los últimos diez años ya se oye hablar de la neuroestética. En el año 2009, por ejemplo, el grupo Evo Cog publicó un artículo en el que se estudiaban los correlatos neurales de la apreciación estética mediante el uso de la magnetoencefalografía (MEG), y por tanto, enmarcados en lo que se ha denominado neuroestética. Asimismo, en su tesis doctoral, Albert Flexas Oliver expone los estados actuales de las investigaciones acerca de las evidencias que relacionan la moral y la estética dentro de los rasgos hallados en el cerebro. Según Flexas (2013).

También parece plausible, aunque no se cuenta todavía con resultados experimentales, que la capacidad de juicio moral se sustente sobre redes cerebrales similares a la apreciación estética. En un nivel intuitivo, moral y estética parecen guardar algún tipo de

relación, pues el propio vínculo entre bondad y belleza es un estereotipo ampliamente estudiado (Dion, Berscheid, & Walster, 1972; Tsukiura & Cabeza, 2011). Por otra parte, en base a resultados conductuales, Haidt (2001) propuso la existencia de juicios morales automáticos, rápidos e inconscientes (intuición moral) que solo se vuelven conscientes a través de un proceso de razonamiento que justifique el juicio intuitivo (razonamiento moral). Se trata de una propuesta muy similar a la que se deriva de nuestros resultados sobre las redes cerebrales de apreciación estética (p. 17).

La siguiente reflexión teórica tiene que ver con la universalidad del juicio estético. El juicio sobre lo bello aspira a ser universal: cuando alguien afirma que algo es bello, pretende hacer de su juicio subjetivo un juicio del otro con quien lo comparte, busca la aprobación del otro respecto al juicio de belleza que emite; en palabras, de Kant, una universalidad subjetiva. Es decir, lo bello tiene la pretensión más nunca la obligatoriedad de ser universal desde la subjetividad del juicio. La belleza de un atardecer frente al mar, la belleza, o mejor, la sublimidad que suscita una catedral gótica difícilmente puede ser negada por el juicio de un ser sensible e inteligente. Lo bello, lo sublime, como el más alto grado estético, no posee ambigüedad, nace en la subjetividad y pretende la universalidad compartida del juicio estético. Para Kant (1977): «El juicio del gusto refiriendo una satisfacción a su objeto (considerado como belleza), aspira al consenso universal, como si fuera un juicio objetivo» (p. 186).

En nivel diferente al de lo bello, Kant hace referencia a lo agradable. Lo bello y lo sublime encuentran el placer en el mutuo estímulo entre la imaginación y el entendimiento, por esta misma razón no se agota su placer. Lo agradable, por el contrario, satisface su placer en el consumo de aquello que le agrada: una comida, un vestido, un auto. Existe en el juicio de lo agradable un interés, es un gusto de los sentidos que se inscribe dentro del juicio subjetivo e individual, que no necesariamente está dentro del gusto de otra persona. Lo agradable agrada a quien lo juzga sin que

haya pretensión de que se comparta el juicio; no pretende la universalidad del juicio, como sí lo bello. El agrado es un juicio que se comparte con los animales en cuanto ellos también sienten agrado y desagrado. El juicio de lo bello reta al entendimiento estimulando su placer, el juicio de lo agradable se dirige al gusto de los sentidos estimulando su deseo. Con referencia al asunto, Kant (1977) advierte:

La satisfacción referente a lo agradable se halla ligada a un interés. Lo agradable es lo que gusta a los sentidos en la sensación. Ahora es la ocasión de señalar una confesión muy frecuente, que resulta del doble sentido que puede tener la palabra sensación. Toda satisfacción, dicen, es una sensación (la sensación de un placer). Por consiguiente, toda cosa que gusta, precisamente por esto, es agradable (y según los diversos grados o sus relaciones con otras sensaciones agradables, es encantadora, deliciosa, maravillosa) [...] Lo agradable, lo bello y lo bueno designan, pues, tres especies de relación de representaciones al sentimiento de placer o de pena, conforme a las cuales distinguimos entre ellos los objetos o los modos de representación (p. 104).

Como se presentó en algunos párrafos anteriores, existe para Kant en el juicio estético un juicio desinteresado denominado bello que pretende la reflexión y la universalidad subjetiva y por otra parte existe el juicio interesado o juicio de lo agradable que depende directamente de su finalidad de uso. Cuando el juicio va acompañado de la cualidad de uso ya no es un juicio puro sino un juicio adherente, diría Kant. En dicho caso, las cualidades de forma deben de estar de acuerdo con su función y su juicio de belleza no es puro sino en función de la razón de su uso, de tal modo que debe de compartir su juicio con el fin del objeto para el cual fue diseñado. En este caso, dice Kant que lo agradable parece ser en muchos casos la misma cosa que lo bueno. Hablamos de un edificio, de un auto, del vestido y de un aula de aprendizaje. El juicio estético de estos elementos interactúa con su razón de ser útil. En tal sentido, afirma Kant (1977):

Nosotros referiríamos entonces a lo agradable todo lo que nos agradara sin concepto; porque tratándose de lo agradable, cada uno se deja llevar de su humor y no exige que los demás vengan de acuerdo con él en su juicio del gusto, como sucede siempre al sujeto de un juicio del gusto sobre belleza. La primera especie de gusto puede llamarse gusto de los sentidos; la segunda, gusto de reflexión; la primera produce los juicios simplemente individuales, en la segunda se suponen universales (públicos); pero ambas clases de juicios son estéticos (no prácticos), es decir, juicios en que no se considera más que la relación de la representación del objeto con el sentimiento de placer o de pena (p. 113).

Tal vez sea en la que para Kant es la segunda ley del juicio del gusto, la libertad, de lo que nos parece bello o no, en lo que radica una de las más interesantes virtudes de la crítica del juicio. Interesante para el sujeto que se independiza de los consensos colectivos como sí sucede en los otros dos tratados de Kant: La crítica de la razón pura y La crítica de la razón práctica, los cuales requieren del consenso colectivo por medio bien sea de la lógica, la razón, como en La crítica de la razón pura o los argumentos y valores colectivos que soporta la crítica de la razón práctica para ser validados. Todos requerimos acatar lógicas y valores colectivos para convivir en sociedad. La libertad individual presente en la Crítica del juicio que consiste en la valoración respecto a lo que nos parece bello o no y nos procura placer o no, no tiene igual. Tal vez sea esta la esencia de la razón por la cual el ejercicio del arte promete el hallazgo de la libertad. El arte como ejercicio del que hacer simbólico es tal vez el acto de mayor libertad individual sin acato a la norma y la lógica, pero al tiempo sin una transgresión real de las libertades y derechos de los demás. Para Kant (1977): «Si cualquiera no encuentra bello un edificio, una vista, o un poema, mil sufragios que pueden ensalzar la cosa a que él rehúsa su asentimiento interior, no sabrán arrancarle dicho asentimiento» (p. 189).

Según Kant, el placer proporcionado por las experiencias estéticas suelen ser de dos formas: emociones positivas y emociones negativas. Las primeras devienen frente a la experiencia de lo bello, y las segundas devienen frente a experiencias que denomina el autor como sublimes. Lo bello como emoción moderada de placer es estimulada por la proporción y el número, la proporción es dibujo, forma que domina al color, que se individualiza y separa de otras formas. Concepción clásica de belleza. Por el contrario, lo sublime surge como emoción desbordada frente a la desproporción de la inmensidad. El cosmos. La experiencia estética de lo sublime está en la ausencia de forma, el desdibujo de los contornos de aquello que no podemos ver con la sola vista, controlar o entender. Constituye una amenaza que procura el temor en un abanico de múltiples emociones. O como lo indica Kant (1977):

Lo bello y lo sublime convienen en que ambos agradan por sí mismos. Además ni el uno ni el otro suponen el juicio sensible, sino un juicio de reflexión; por consiguiente, la satisfacción que a ambos se refiere no depende de una sensación como la de lo agradable (...) Pero entre uno y otro existen diferencias considerables. Lo bello de la naturaleza corresponde a la forma del objeto, la cual consiste en la limitación, individualización apolínea; lo sublime por el contrario debe de buscarse su emoción en un objeto sin forma, el color, colectivización de la emoción dionisiaca. “La diferencia entre estos dos placeres consiste en que la primera contiene el sentimiento de una excitación directa de las fuerzas vitales, y por esta razón no es incompatible con los encantos que atraen a la sensibilidad, y con los juegos de la imaginación; la segunda es un placer que no se produce más que indirectamente, es decir que no excita más que por el sentimiento de una suspensión momentánea de las fuerzas vitales y de la efusión de la sangre y que viene a ser más fuerte; esto no es por lo tanto, solo la emoción de un juego, sino de algo más serio, producido por la ocupación de la imaginación” (p. 146).

La línea y el dibujo es a lo bello lo que el color y la mancha es a lo sublime. De este modo y aunque la estética del arte no sea el interés directo en que se ocupa este proyecto, sus conceptos si

permiten comprender el comportamiento de lo bello y lo sublime en el arte y sus analogías con la estética de lo cotidiano. Por ejemplo, en el arte, el estilo expresionista desde El Puente, El jinete azul, el expresionismo norteamericano comparten una estética sublime con el Barroco, el Romanticismo alemán, la literatura de Franz Kafka, la música de Beethoven, la arquitectura de Gaudí y las películas de Tim Burton. Mientras que por la otra línea estética de lo bello apolíneo, el Renacimiento, el constructivismo ruso, el suprematismo De Piet Mondarián, la música de Antonio Vivaldi y la Arquitectura de Le Corbusier comparten una estética donde el dibujo o la forma establecen un límite y una moderación que sugieren emociones moderadas de placer. La estética de lo bello y lo sublime se comparten la historia estilística del arte desde los griegos hasta el siglo XX como lo expresa Federico Nietzsche en el Nacimiento de la Tragedia, cuando en la visión dionisiaca del mundo griego presenta a Dionisos como ese dios de lo sublime. La ebriedad, la náusea de existir y la embriaguez son emociones negativas que engrandecen el sentimiento de los hombres. Apolo, por el contrario, Dios de la moderación, la ponderación, la medida y la belleza clásica, encuentra en el sueño y la sobriedad la génesis de la creación y una experiencia de vida moderada. Aquí se mezcla estética y ética: para Dionisos, su filosofía se resume en el siguiente aforismo: Hay algo peor que vivir y es morir viejo; mientras que para Apolo, el aforismo reza: Vive todo con moderación. Lo bello y lo sublime, como dualidad de la experiencia estética y ética del mundo griego. Al respecto, Nietzsche (2012) afirma:

Los griegos que en sus dioses dicen y a la vez callan su doctrina secreta de su visión del mundo, erigieron dos divinidades, Apolo y Dionisos como doble fuente de su arte. En la esfera del arte estos dos nombres representan antítesis estilísticas que caminan una al lado de la otra, casi siempre luchando entre sí, y que solo una vez aparecen fundidas en el

instante del florecimiento de la voluntad “Helénica” formando la obra de arte de la tragedia Ática (p. 94).

El atractivo de lo estético como se ha visto hasta este punto no se limita al campo de las percepciones y juicios de lo bello o sublime, sino, que trasciende sobre la complejidad del placer, los sentimientos, elaboraciones intelectuales y reflexivas. La alteración de los estados emocionales entonces está íntimamente ligada a los estímulos de este sustrato sensible. Tal vez por una especie de separación dual se ha convertido en ajenos y diferentes los mundos de lo sensible con el mundo del ánimo y el intelecto. En el momento posterior al análisis necesario para entender por partes los fenómenos que rodean y definen al ser humano, se hace precisa la síntesis o unión de las partes para su comprensión: estética, intelecto, imaginación y ánimo, en una estrecha relación de síntesis comprensiva. Es decir, la experiencia estética también encuentra eco y resonancia en los estados anímicos. El entusiasmo y el estímulo sensorial los define Kant (1977) declara:

Estéticamente el entusiasmo es sublime, porque es una tensión de las fuerzas producida por las ideas que dan al espíritu un arrojo mucho más poderoso y más duradero que el que puede producir el atractivo de las representaciones sensibles. Mas (lo que parece extraño) la ausencia de toda afección (*apathia phleyma in significantu bono*), en un espíritu que sigue rigurosamente sus principios inmutables, es sublime, y de una especie de sublimidad mucho mayor, porque tiene también para sí la satisfacción de la razón. Este estado del espíritu se llama noble, y esta expresión se aplica en consecuencia a las cosas, por ejemplo, a un edificio, a un vestido, a un cierto género de estilo, a cierta postura del cuerpo (p. 175).

De nuevo, pero ahora en otro nivel, Kant vuelve a establecer relaciones entre la estética y la moral cuando dirige las experiencias estéticas de lo bello y lo sublime hacia la predisposición de

diferentes sentimientos en los seres humanos. El amor y la admiración constituyen para Kant (1977) los sentimientos que se vinculan con estas dos experiencias estéticas.

En este punto las reflexiones estéticas, en particular de Kant, llevaron la presente investigación a generar una serie de preguntas que permitieron entender la forma en que las personas entrevistadas entienden, lo bello, lo sublime, lo agradable, el amor, la estética, el placer, la bondad, la inteligencia, la imaginación y la creatividad. Lo anterior no solo visto de modo general, sino, además, aplicado al contexto del aprendizaje y ambiente universitario. De este modo se desarrolló todo el protocolo de recolección de información, agrupación de elementos comunes, interpretación, generación de tesis y conclusiones que validaron las creencias estéticas de las personas indagadas. En el capítulo siguiente se inicia entonces el primer análisis de los datos recolectados.

Capítulo 3. ANÁLISIS DEL DATO

3.1 Metodología

En el inicio de la pregunta ¿Cómo es la percepción que tiene la población universitaria acerca de la estética y la creatividad? Caso, Politécnico Jaime Isaza Cadavid y que origina la presente investigación está la historia de vida y profesional de quien la escribe. Por primera y última vez en esta tesis me expresaré en primera persona, no es capricho, es la necesidad de dejar claro que soy un artista, docente universitario que por mi sensibilidad y oficio docente terminé por preguntarme acerca de lo que nos estimula y genera un placer por aprender. El problema surgió cuando percibí un exceso de deber en la formación académica de los jóvenes y poco placer por aprender expresado en la actitud de hacer menos porque siempre hay mucho que hacer. Displicencia. ¿Es esa la herencia académica que hemos dejado en ellos? ¿El conocimiento, la cultura, la ciencia, la técnica como un deber de producir? Graduarse rápido para salir a producir dinero no es motivación para un ser sensible. Eso pensé yo, en ese momento.

Pero al llegar a este punto, me enfrente a la duda siguiente, eran mis preconceptos los que guiaban la preocupación, los cuales se los colocaba a las personas, suponiendo que ellos sentían igual a mí, o podrían existir otras ideas frente a lo que yo pensaba. Esta inquietud, me llevo a construir una metodología cualitativa, que considerara la percepción de los otros, para tratar de comprender los sentidos que construían las personas alrededor de la belleza, el placer, las emociones, la imaginación, el conocimiento y hasta el amor. Para luego, contrastar dichas percepciones con las teorías acerca de dichos conceptos, para lo cual me basé en Kant.

La metodología partió de 20 preguntas formuladas a 15 personas que suman un total de 350 datos que cruzados entre si elevan aún más la cantidad de datos a una cifra considerable de análisis. Estos, indagaron por la experiencia estética de los estudiantes y docentes de la facultad de comunicación audiovisual del Politécnico Jaime Isaza Cadavid que respondió a éstas. Los interrogantes, se hicieron a 15 personas, 10 estudiantes de pregrado y cinco docentes.

Las cinco primeras preguntas giraron en relación a los conceptos u opiniones que las personas tenían acerca de la belleza, lo sublime, lo agradable, la estética y el amor.

Objetivos específicos	Preguntas
1. Analizar e interpretar	
las ideas y	¿En pocas palabras, qué entiende por lo bello?
percepciones que las	¿En pocas palabras, qué entiende por lo estético?
personas tienen	¿En pocas palabras, qué entiende por lo sublime?
acerca de: lo bello, lo	¿En pocas palabras, qué entiende por lo agradable?
sublime, la	¿Qué entiende por amor?
imaginación, la	
inteligencia, el amor	
y la reflexión.	

Las siguientes 10 preguntas buscaron comprender las relaciones que estas personas establecen con el placer, esto incluye las emociones y el amor;

¿Imagine tres lugares bellos y descríbalos?

¿Qué cosas, sentimientos, lugares, personas asocia con la palabra placer?

Resuma una emoción vivida.

¿En este escenario, puede identificar algo bello?

¿Qué elementos harían que usted se amañara más en las aulas de clase?

¿Explique si hay algo o alguien dentro del aula de clase que le genere emoción?

2. Relacionar en las ¿El color con que están pintadas las aulas de clase, qué sensación personas sus placeres le generan?

con: lugares, ¿Qué sensación le genera las aulas de clase actuales?

personas, cosas y ¿Cómo cree que las aulas de clase estimularían la imaginación?

actividades. ¿De qué forma la belleza de alguien del salón ha sido un estímulo para ir a estudiar?

¿De qué manera involucra el placer en el estudio?

¿Qué es lo que más admira de sus compañeros y docentes?

¿Valora más la inteligencia o la belleza en un compañero(a) ? ¿Por qué?

¿Valora más la inteligencia o la belleza en una persona? ¿Por qué?

¿Por qué motivos, fuera de los académicos, ha ido usted a clase?

¿Describa si la admiración por alguien del salón ha sido un estímulo para ir a estudiar?

En las últimas cinco se concentran los interrogantes en los conceptos e ideas que las personas tuvieron acerca de la imaginación y la creatividad.

¿Qué entiende por creatividad?

¿Cómo estimularía la creatividad en alguien?

3. Comprender lo que ¿Describe algún acto creativo que haya experimentado?

las personas sienten ¿Sabe qué lo pone creativo?

y entienden por ¿Imagine y describa un espacio de aprendizaje creativo?

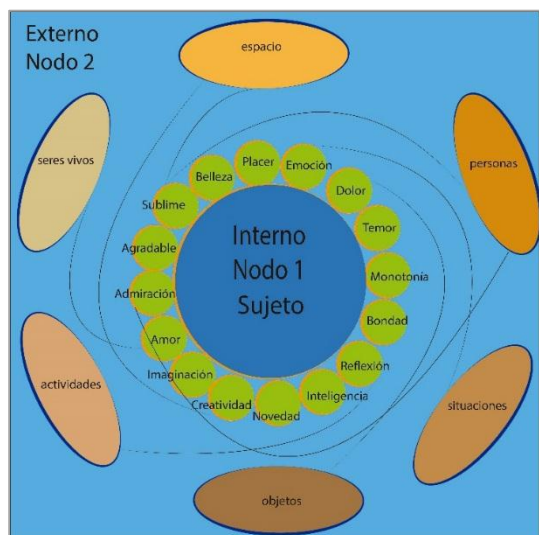
creatividad. ¿Recuerde alguna clase que le haya estimulado la creatividad?

Descríbala.

¿Con sus palabras, diga un aula que estimulara su creatividad?

Las preguntas fueron un pretexto para iniciar la conversación con las personas, pero era consciente que lo importante no era la respuesta literal que daban, sino lo que se podía inferir de ella. Y para esto se hizo énfasis en el análisis de la relación de las 20 respuestas, pues de esta manera, se pudo agrupar a partir de elementos comunes, distintos, o emergentes. Visualmente, la técnica fue la siguiente:

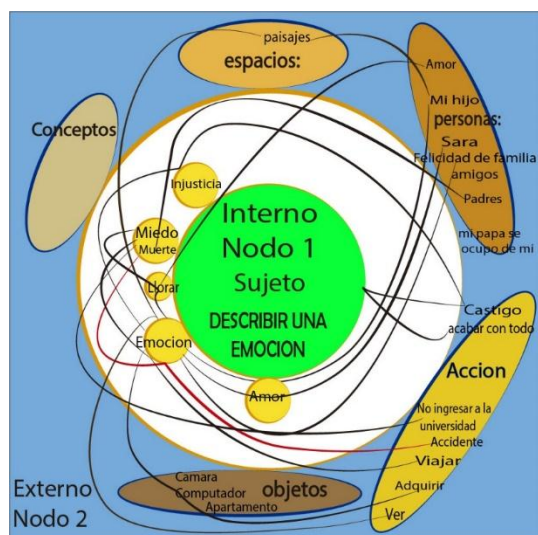
Ilustración 1. Agrupación de elementos comunes con conexiones imaginadas



Fuente: Elaboración propia, con referencia al protocolo de análisis/síntesis. Bedoya, 2014. Texto inédito sin publicar.

Lo anterior llevó a la creación de una ilustración, que no es otra cosa que un gráfico triádico que permite analizar el comportamiento de esta experiencia estética entre *un sujeto*, un *objeto* y un *signo* que viaja de ida y vuelta entre el objeto y el sujeto. Estos tres elementos son la constante en todo el proceso de análisis inicial y de interpretación posterior.

Ilustración 2. Dato real. Aquí se pregunta por la emoción.



Fuente: Elaboración propia, con referencia al protocolo de análisis/síntesis. Bedoya, 2014. Texto inédito sin publicar.

Veremos cómo nos relacionamos y diferenciamos en los paradigmas y las creencias institucionalizadas que hemos construido acerca de la belleza, el placer, las emociones, la imaginación, el conocimiento y hasta el amor. Respecto a esta triada de, cosa, signo y creencia veamos lo que dice la doctora Olga Bedoya (2014).

Los procesos de pensamiento y de conocimiento que distingo en el análisis de datos los sustento en la Faneroscopia de Charles Sanders Peirce (Houser y Kloesel, 2012, p. 444), especialmente la semiótica o el tratamiento de signos, que en su concepción es trídico. Decía Peirce (Houser y Kloesel, 2012, p. 61), que en el proceso del razonamiento, en general, intervienen los objetos y el razonamiento: los primeros, por lo general, hacen parte del conocimiento común, mientras que es por el segundo que alcanzamos una creencia, como resultado del conocimiento previo. En este proceso realizamos inferencias, que van más allá de las intuiciones. Esta forma de razonar es la que nos conduce a emitir juicios, que es el acto de conciencia de una creencia. A su vez, esta

última es la que nos lleva a emprender acciones. De no tener conciencia, estaríamos entonces en un hábito simplemente (p.3).

Ahora bien, un juicio se expresa en proposiciones. Es en el juicio donde se muestra una unidad de pensamiento. Al llegar a este punto, Peirce introduce la idea de signo, pues es en él donde se manifiesta ese pensamiento. En tal sentido, Peirce, citado por Houser y Kloesel (2012), define el signo:

Una cosa que sirve para transmitir conocimiento de alguna otra cosa y que está en lugar de ésta o la representa. Esta cosa se llama objeto del signo; la idea en la mente que el signo evoca, que es un signo mental del mismo objeto, se llama interpretante del signo (Houser y Kloesel, (p. 63).

La cita nos refiere un proceso triádico, en este sentido y parafraseando a la Doctora Bedoya (2014) afirma:

1) Cosa, que sirve para transmitir conocimiento; 2) la cosa que está en lugar de, que es objeto del signo, y 3) la idea en la mente, que es aquello que el signo evoca. Se puede plantear entonces que en los objetos de los signos que comunicamos, se da un proceso de presencias/ausencias/presencias (p. 3).

Así la ilustración 3 no es precisamente la que ilustra los datos recogidos a los entrevistados sino a Kant y sus juicios estéticos. Expone, las relaciones e interacciones propuestas por Kant en *La crítica del juicio*, texto central del marco teórico de esta investigación. La comparación visual de uno y otra ilustración triádica da desde el inicio una idea de cómo se comporta el dato frente al teórico, Kant, ¿comparten líneas de conexión? o ¿por el contrario difieren? Así, como todos los

matices entre uno y otro extremo de similitud y diferencia. Estos son los elementos de análisis tratados en esta primera parte.

Otro elemento de didáctica visual de este análisis que permite ver el dato y su comportamiento de relaciones entre la triada es el color. El color representa aquí dos conceptos básicos como son el sujeto y el objeto. Los colores cálidos, denominados así porque contienen en mayor o menor medida algo de rojo como naranjas, pardos, tierras, sienas corresponden al nodo dos de los gráficos circulares, o el objeto, diría Peirce. Por el contrario, los tonos fríos como verdes, amarillos, azules ubicados como satélites del sujeto, significan varias cosas, pero todas, corresponden a esferas vitales del sujeto como, los juicios éticos y estéticos plasmados en los verdes y por lo general entre las 12 y las tres de la tarde, esto, si se mira la ilustración circular como un reloj; todas las gamas de su sensibilidad son el amarillo vivo, ubicados por lo general entre las seis y las doce de la noche, el gran espacio que ocupa el elemento sensible no sale del capricho sino por el contrario de la cantidad de referentes de la palabra aglutinante, sensibilidad; el intelecto, la reflexión y la razón con el azul se encuentran entre las cinco y las seis de la tarde.

Así mismo, la ubicación de estos satélites o pequeñas esferas circulares que rodean al sujeto, está siempre ubicadas en el mismo punto, esto, para permitir en un segundo momento del análisis, hacer cruces entre los diversos gráficos circulares y obtener una información más global y estratégica. Por otro lado, las líneas que conectan la triada pueden ser solo de ida, o de ida y vuelta, inclusive de ida, vuelta y volver a ir a otro lugar de la triada y esto es uno de los hallazgos más importantes de esta investigación y fue desarrollado en su momento. El color de las líneas es el

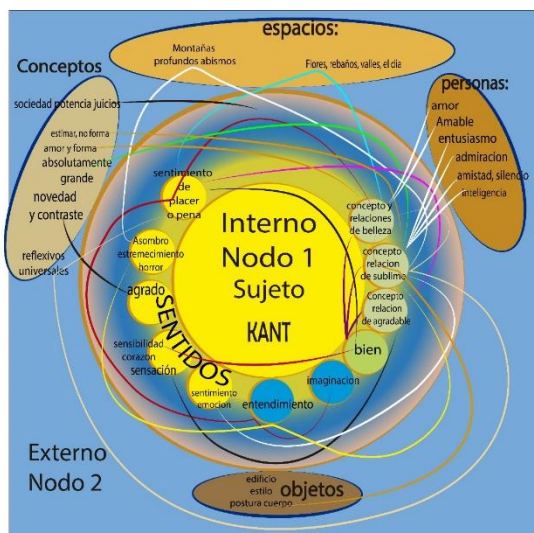
único elemento de los gráficos que no está ligado a un dato o concepto, sino que cumplen una función netamente de contraste visual.

3.2 Lo bello, lo sublime, lo agradable, la estética y el amor en Kant

El juicio de la belleza según Kant está definido por el grado de placer que procura, es subjetivo y pretende la universalidad; es libre, dado que el sujeto no puede estar presionado para emitir cierto juicio de belleza sin que este pierda todo valor; los juicios de belleza son inherentes al sujeto que lo formula y no al objeto; lo sublime está en la magnitud y la fuerza; lo agradable se sacia en los sentidos y el amor es a la belleza lo que la admiración al sentimiento sublime. Estas son algunas premisas Kantianas que se pondrán frente al dato en una comparación gráfica de las creencias construidas por la cultura en este capítulo.

La crítica del juicio *de* Kant es el referente teórico para esta investigación de la estética en el aprendizaje universitario, el sentimiento de placer o pena que por medio de la imaginación y el entendimiento permiten el juicio estético son las palabras claves para entender las relaciones y diferencias entre Kant y el dato. En el siguiente gráfico de los conceptos de belleza se representa las relaciones que establece Kant en el juicio del gusto acerca de lo bello, el placer, la imaginación y el entendimiento las cuales son el referente estratégico para la interpretación de los datos recogidos.

Ilustración 3. Kant Lo bello, lo sublime, lo agradable, la estética y el amor



Fuente: Elaboración propia, con referencia al protocolo de análisis/síntesis. Bedoya, 2014. Texto inédito sin publicar.

Lo primero es iniciar con la **belleza y placer** en Kant (ilustración 3) donde la línea azul clara que parte de los conceptos y relaciones de belleza, Kant, la conecta con el sentimiento de placer, amarillo, pero no sin antes pasar por una relación espacial que hace con las flores, el rebaño y el día; así mismo conecta con el amor y la amabilidad de las personas. Por otra parte, este juicio estético, de lo que es bello o no para los entrevistados está soportado en el placer que les produce no el estímulo. Es subjetivo y procura por la universalidad, ¿paradójico? Si. Lo primero es que es subjetivo porque no es obligado, es de libre elección valorar algo o alguien como bello o no y nadie está obligado, y lo que para una persona puede ser bella para otra no; más, no por esto el juicio que cada quien emite acerca de lo que le es bello o no, deja de procurar un consenso, que según Kant, respecto de lo que efectivamente es bello, nadie deja de reconocerlo como tal, ejemplo

de esto es la vista de un atardecer sobre el mar Caribe, la figura perfecta y proporcionada de la escultura de la Venus pagana, el trato bondadoso o amable de una persona o el amor en su idílica versión, no la del desasosiego, nadie, deja de reconocer que estos ejemplos son bellos en el sentido de que trasciende culturas y épocas. ¿Será por qué los cuatro ejemplos cumplen con la versión más universal de la experiencia estética que es la de hacer más amable la existencia?

Respecto al tema de la belleza responde un estudiante (2018)

Bello, lo bello es para mí indiferente de lo que sea algo que atrapa y llama la atención de muchas personas, para mí lo bello es algo que indiscutiblemente de los gustos de la profesión de la personalidad atrape un grupo muy grande de personas yo diría que lo más bello es lo que más personas atrape. Por lo general lo bello cuando empiezo a ver que algo es bello denotado que empieza aparecer una especie de contagio, si le parece bello a uno entonces esa persona empieza a escribir porque la belleza y que el otro también diga así sí si es bello sí puede haber que alguien le contagia el otro el sentimiento de belleza.

Es preciso aclarar, que este dato contradice a la gran mayoría de los recogidos en el sentido de que un segmento importante considera la belleza como algo subjetivo. Se cita al anterior estudiante precisamente por la excepción que constituye su respuesta. La subjetividad es la dominancia en los datos recogidos, la libertad para juzgar lo bello como algo placentero es lo que le da el carácter de subjetivo y ¿la universalidad? un anhelo.

Lo agradable se queda en Kant en la única satisfacción de los sentidos, nace y muere en los sentidos luego de ser satisfechos. No es universal, nada agrada, según Kant, universalmente, un plato exquisito en una tierra no necesariamente es de buen agrado para otra persona en otro lugar

del mundo. Lo agradable está íntimamente cercano a la utilidad. En esto cabe la ropa, la comida, los muebles, los objetos.

Lo sublime es magnitud y fuerza en Kant, espacios inconmensurables donde la imaginación nos permite tener una idea de nuestra pequeñez y el estremecimiento que esto genera. Vernos diminutos en un acto de la imaginación que procura abarcar para poder entender. Entendimiento e imaginación en un estímulo mutuo. Y en este sentido de lo sublime la pena es también un camino a la reflexión universal, como lo es la belleza y su propensión a la universalidad. Pero el paisaje sublime no es ya el rebaño para Kant, aquí son las montañas y los profundos abismos, la fuerza del mar y el universo.

La ilustración a la derecha que se encuentra en esta presentación son los cuadros, estos siempre están acompañando la ilustración circular y estos cuadros presentan visualmente las respuestas a cada pregunta de tal modo que permiten ver la palabra aglutinante de cada respuesta y el volumen de su reiteración y protagonismo. Cada palabra aglutinante esta modulada por referencias. Ejemplo de lo anterior es, palabras aglutinantes como, espacio, personas, acciones, objetos y demás, y las referencias de estas palabras aglutinantes con otras que las modulan, ejemplo, espacio natural, espacio urbano, intimo, el mar, montañas; otro ejemplo es: personas amigas, familiares, compañeros, personas desconocidas y demás moduladores.

3.3 Conceptos

El primer tema a indagar en los entrevistados consistió en conocer los conceptos y opiniones que las personas tienen acerca de, lo bello, lo sublime, lo agradable, el amor y la estética, de este modo se logró recoger la siguiente información.

3.3.1 Concepto de belleza

El primer dato recogido es el de belleza. A las personas se les solicitó que definieran ¿Qué es belleza? Gran parte de las creencias que las personas han construido acerca de la belleza se fundan en cualquiera de las gamas de la sensibilidad como en este de gráfico de abajo se muestran, respuestas como, buenas energías, son placer, son agradables a la vista, incluso te deja sin palabras, hay sentimientos, es el placer de los sentidos, estos, son los referentes sobre los que se construye el juicio estético. Las personas y los conceptos son después de los sentimientos las palabras aglutinantes que con más frecuencia las personas respondieron.

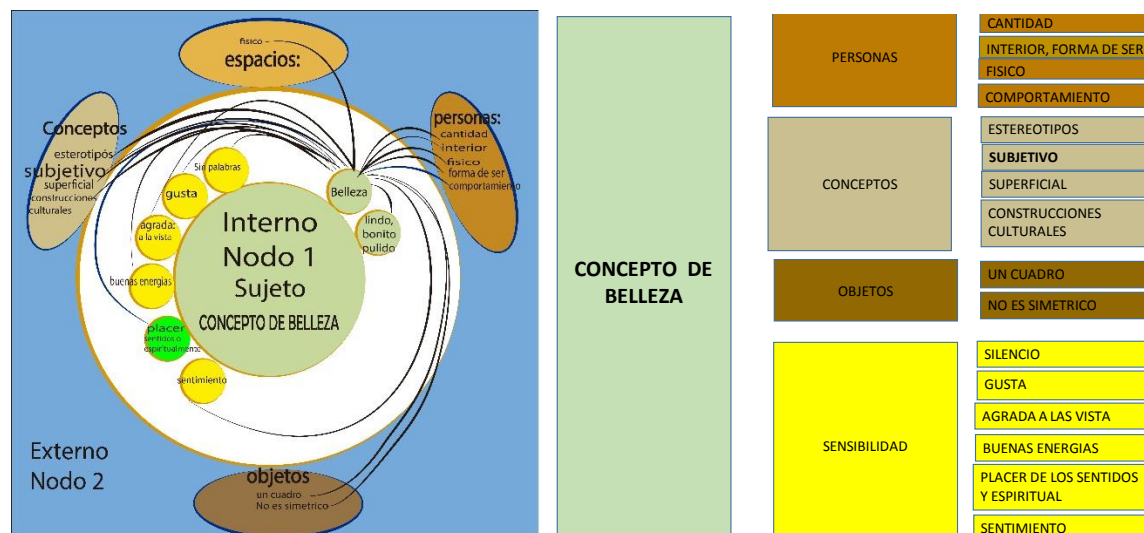
En el gráfico inferior, la palabra aglutinante, **personas**, tiene referentes que se relacionan entre si desde sus orígenes culturales, como, *yo diría que lo más bello es lo que más personas atrape, o, la belleza está en el físico de las personas*. En la primera, la expresión por la cantidad y en la segunda por la proporción, establecen, las dos, un común denominador, el número. Estos son datos que se adaptan a la creencia cultural de la universalidad y objetividad del juicio de la belleza. La matemática y la proporción son los conceptos de una belleza clásica (E. H. Gombrich 1997). Simónides, la expresa como Aletheia, esencia, aquello que no se transforma en el tiempo ni el espacio, no varía, y menos, cambia. En estos dos datos de cantidad y de proporción física dada por estas personas está también presente este tipo de creencia en la belleza clásica. Al respecto, Kant

también deja presente su concepto acerca de la universalidad del juicio estético. Kant (1997). “El juicio del gusto refiriendo una satisfacción a su objeto (considerado como belleza) aspira al asentimiento universal, como si fuera un juicio objetivo”.

Primer hallazgo acerca del concepto de belleza: El primer hallazgo acerca del concepto de belleza está ligado al juicio de la belleza física que pretende ser universal y objetiva y que encuentra soporte cultural en la belleza clásica, el número y la proporción. Concepto griego que lo encontramos además en Kant

También se encuentran personas que definen **el interior de las personas** como algo bello, el interior, como definición de belleza, tienen un referente cultural de origen cristiano (San Pedro n.t.). El apóstol, define como, *los espíritus suaves y apacibles tiene mucho valor frente a Dios*. Por otra parte, otras dos personas dicen, *la belleza está en la forma de ser de las personas* y otra que, *la belleza está en el comportamiento*, estas son expresiones que no dejan atrás el valor cristiano de belleza interior. Lo anterior, ubica a la moral y a la ética como criterio para definir la belleza. Es oportuno aquí recordar que el placer estético que propicia la belleza en Kant no es exclusivo de la experiencia que brindan los sentidos, sino, además, de la ética, dado que el acto bondadoso, desinteresado y libre también procura un placer similar al de la estética.

Ilustración 4. Concepto de belleza



Fuente: Elaboración propia, con referencia al protocolo de análisis/síntesis. Bedoya, 2014. Texto inédito sin publicar.

Segundo hallazgo acerca del concepto de belleza: El segundo hallazgo acerca del concepto de belleza está ligado al juicio de la belleza como conjunto de cualidades interiores en una persona. Este concepto está ligado a la tradición religiosa cristiana de la belleza interior y en Kant aparece como conjunto de valores éticos.

También se puede inferir que cuando se responde a la pregunta por el concepto de lo bello haciendo uso de, personas, objetos y espacios el signo tiene un comportamiento diferente a cuando se responde con conceptos. Es decir, en el primer caso el signo se refiere a cosas perceptibles por los sentidos, en cambio, cuando el signo se refiere a conceptos, el significado no es visible o

audible sino entendible. En este caso las cosas son sustituidas por construcciones culturales que son elaboradas por las funciones cognitivas superiores como la reflexión, la abstracción, la argumentación y demás.

En general, la definición de belleza establece tres grandes aglutinantes que son, cosas, conceptos y sensibilidad. Las cosas corresponden entonces a las personas, los objetos y los espacios que tienen en común el hecho de que el signo tiene una cosa como significado y que por tanto es perceptible por los sentidos, mientras, que los conceptos, corresponden a lo simbólico que funda la cultura en la construcción de sus creencias, tal como se explicó anteriormente. En el tercer aglutinante, el de la sensibilidad, se merece un párrafo aparte.

Tercer hallazgo acerca del concepto de la belleza: Este tercer hallazgo es de tipo semiótico, no solo aplica para el concepto de belleza, sino para los demás datos recogidos y consiste en que diferencia el signo cuando este significa una cosa, como, objeto, espacio, persona y, cuando el signo no hace referencia a una cosa sino *a un concepto como construcción cultural*. De este modo, los signos identificables son, conceptos, cosas y sensibilidad.

El primer aglutinante, para definir el concepto de belleza está dado por la sensibilidad. Esta, además, cobija una gama variada de referentes, que no son percibidos, ni por los sentidos, ni argumentado por las funciones cognitivas superiores de forma exclusiva, pero si, por una singular relación entre los dos. Es decir, la expresión, *buenas energías*, tiene en la primera palabra una reflexión o valoración, mientras la segunda se refiere a algo que se siente, como lo es, la energía. En esta frase, *la belleza es aquello que, agrada a la vista*, tiene el mismo comportamiento, una

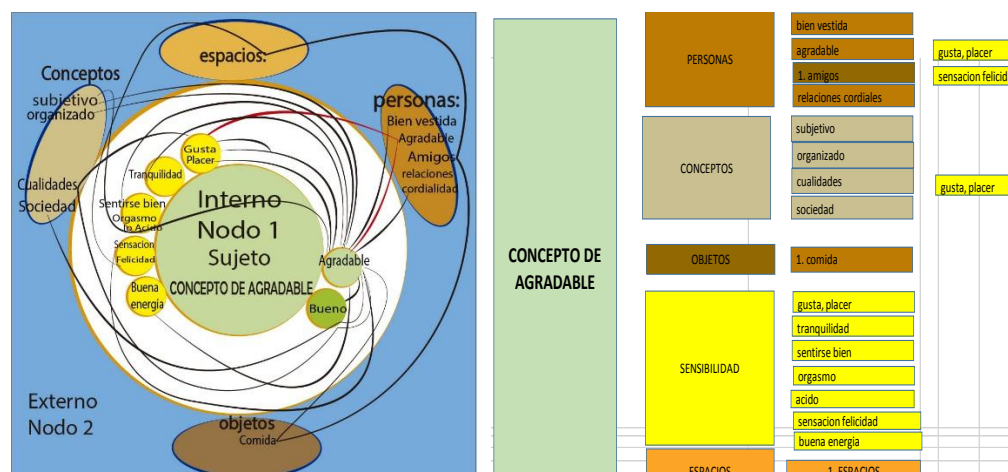
función cognitiva superior en la primera palabra y una de sensibilidad en la segunda. En la expresión, el *placer de los sentidos*, y en esta otra, el *placer espiritual*, se observa el mismo doble comportamiento del signo y su significado. Es decir, la sensibilidad como aglutinante a la respuesta de lo bello, representada en la gama amarilla de los gráficos, responde simultáneamente al complemento entre lo sensible y lo cognitivo. *En conclusión, es un sujeto que construye conceptos y valores de belleza frente las cosas que percibe de manera sensible.*

Cuarto hallazgo del concepto de belleza: Este hallazgo, también de tipo semiótico y que puede aplicar para algunos de los demás datos recogidos, consiste en que el signo denominado **sensibilidad**, puede contener un doble significado, uno, de tipo sensible y, otro, de función cognitiva superior. Ejemplo de esto son las expresiones, *buenas energías*, *placer espiritual* y *demás*.

3.3.2 Concepto acerca de lo Agradable

Según la ilustración 5 muestra que muestra la pregunta por lo agradable, **las personas, los conceptos y la sensibilidad** son las tres palabras aglutinantes que reúne lo que los entrevistados consideran como agradable. En menor grado, y aunque no aparezca como tal en el gráfico, las acciones podría ser otro aglutinante dado que aparecen implícitas entre un referente y otro, por ejemplo, *ir a comer con amigos* implica una acción entre las personas, los objetos comestibles y espacios. Separarlas tiene solo el interés de análisis y entendimiento pero el proceso posterior implicará una acción de unidad e interpretación.

Ilustración 5. Concepto de lo agradable



Fuente: Elaboración propia, con referencia al protocolo de análisis/síntesis. Bedoya, 2014. Texto inédito sin publicar.

El comportamiento del dato sigue apoyándose en las gamas de sensibilidad como respuesta a estímulos agradables que definen los sujetos. Consecuente con el análisis y hallazgo de los datos realizado en el concepto de belleza, la sensibilidad en este caso también contiene evidencias del uso simultáneo entre conceptos y cosas, encontrado en los conceptos sensibles acerca de lo bello. Mas, aquí, en casi todos los casos, la sensibilidad procurada por la cosa, como, *sentirse bien*, *placer*, *orgasmos*, *acides*, *tranquilidad*, no hablan de funciones cognitivas superiores. En cambio, en sólo dos expresiones como, *buenas energías* (reiterada en lo bello) y *sensación de felicidad* se encuentra una función cognitiva superior acerca de lo que consideran agradable.

Lo anterior no infiere un hallazgo, pues si bien existe en las sensaciones de lo agradable algún asomo de las funciones cognitivas superiores, no es tan reiterado y evidente como cuando se responde por las sensaciones que procura lo bello, y esto, ya se sabía desde Kant. Para él, la imaginación que suscita la necesidad de entender lo bello, se interpreta en esta tesis como la activación de funciones cognitivas superiores de entendimiento y de imaginación; esto, no sucede

en la pregunta de lo agradable donde Kant le define como, interés, habla de la satisfacción del uso, el disfrute u otras formas de placer de esta misma categoría de satisfacción sensorial.

Asi mismo se puede ver en la ilustración 5 acerca de lo agradable como los pequeños círculos azules referentes a la actividad intelectual o reflexiva del sujeto no aparecen, están ausentes. La reflexión y en general, las funciones cognitivas superiores, pareciera no hacer parte de los datos recogidos respecto a lo agradable, pero esto es aparente, porque, el aglutinante de los, conceptos, presente en el ovalo externo, presentan datos como, *lo agradable está en la bondad de una sociedad*, o, lo agradable es, *una cualidad bondadosa que genera placer*, o, *lo agradable está en lo organizado*, son estos tres últimos signos que no se refieren a cosas, sino, a conceptos o constructos culturales.

De alguna forma este dato constituye un hallazgo novedoso, por lo menos despues de haberlo leído en Kant referirse al tema de lo agradable. Para él, una diferencia fundamental entre lo bello y lo agradable está en que *lo bello* no se agota en el deleite sensible, porque este comprende funciones superiores como el entendimiento y la imaginación, en cambio, *lo agradable* si se agota en la consecución del interés. Lo agradable para Kant se satisface en la posesión interesada por la cosa. Kant (1977)

La satisfacción referente a lo agradable se halla ligada a un interés.

Lo agradable es lo que gusta a los sentidos en la sensación. Ahora es la ocasión de señalar una confesión muy frecuente, que resulta del doble sentido que puede tener la palabra sensación. Toda satisfacción, dicen, es una sensación (la sensación de un placer). Por consiguiente, toda cosa que gusta, precisamente por esto, es agradable (y según los

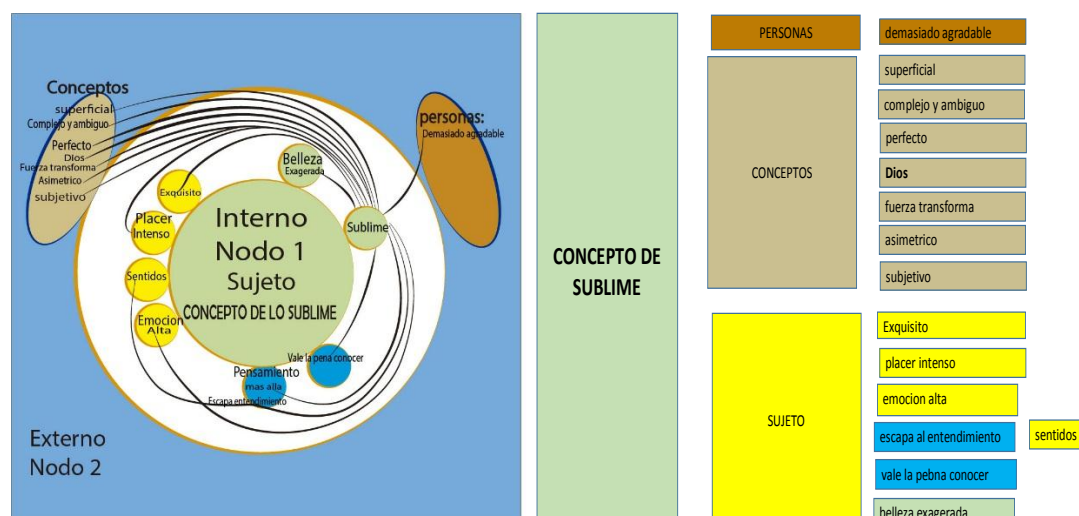
diversos grados o sus relaciones con otras sensaciones agradables, es encantadora, deliciosa, maravillosa. (p. 32)

En este sentido, los datos que se refieren a la definición de lo agradable desde los tres conceptos anteriores de bondad social, bondad, como cualidad y orden son signos que no hablan de cosas sino de conceptos y en este sentido este concepto no se agota en el interés por la cosa, a la manera en que Kant lo define, sino, también, considera agradable aquello que involucra el entendimiento, o por lo menos, el querer entender en este caso la bondad en la sociedad, las cualidades bondadosas de una persona o el concepto de orden. Cualidad que Kant asigna exclusivamente a la experiencia sobre lo bello. **Se infiere, por tanto, que lo agradable en los datos recogidos no solo contempla un interés, sino, además, el entendimiento.**

3.3.3 Concepto acerca de lo Sublime

La ilustración 6 que representa las respuestas frente a lo que consideran sublime, los datos se apoyan mayormente en los **conceptos y de nuevo en la sensibilidad del sujeto** para referirse a lo que entienden por sublime. Pero en la sensibilidad que define lo sublime y a diferencia de la belleza y lo agradable, esta, contiene muestras de un grado superlativo de sensibilidad como es, *lo exquisito, el placer intenso, la emoción alta, la belleza exagerada* y en este punto no existe ninguna sorpresa o hallazgo que no se haya esperado en el dato, dado que, en este mismo sentido se refiere Kant cuando conceptúa lo sublime.

Ilustración 6. Concepto de sublime



Fuente: Elaboración propia, con referencia al protocolo de análisis/síntesis. Bedoya, 2014. Texto inédito sin publicar.

En tal sentido, Kant (1977) declara:

Los que reunieran en sí las dos clases de sentimientos hallarían que la emoción de lo sublime es más poderosa que la de lo bello, pero que fatiga y no se puede experimentar mucho tiempo, si no alterna con esta última o no se halla acompañada de ella. (p. 61)

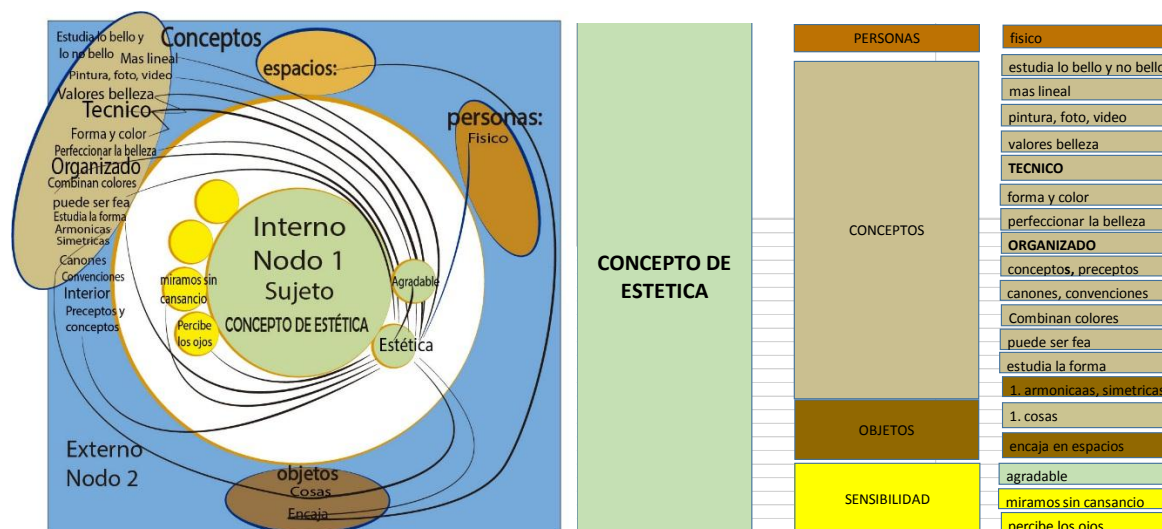
En este mismo sentido, los conceptos, usados como significado de lo sublime, también expresan grados altos de las más elaboradas ideas construidas por la cultura como, *Dios*, *perfecto*, *fuerza que transforma* y demás. Las funciones cognitivas superiores muestran activarse en las esferas azules con la expresión, **lo sublime es, aquello que escapa al entendimiento y como aquello que vale la pena conocer**. Finalmente, frente a la pregunta de lo sublime, los datos desde la sensibilidad y los conceptos son superlativos, exagerados y no presentan sorpresas, pero si constituye un hallazgo corroborado por Kant y que permite entender que lo sublime es una forma

superlativa de percepción estética para los estudiantes y profesores universitarios del Politécnico Jaime Isaza Cadavid consultados y que permite entender sus percepciones estéticas.

3.3.4 Concepto acerca de Estética

La ilustración numero 7 presenta las construcciones y creencias que las personas tienen acerca de **la estética** tiene un cambio evidente. La sensibilidad del sujeto disminuye y los conceptos aumentan a la hora de definir lo que las personas consideran como, estética. **Los conceptos**, como palabra aglutinante, a su vez, está referenciada de múltiples maneras, como, *lineal, cánones, preceptos, estudio de la forma, estudio de lo bello, preceptos y conceptos, perfección de la belleza* son entre otras las expresiones que se agrupan bajo esta referencia más genérica.

Ilustración 7. Concepto de Estética



Fuente: Elaboración propia, con referencia al protocolo de análisis/síntesis. Bedoya, 2014. Texto inédito sin publicar.

De lo anterior se infiere un hallazgo en los datos que definen la estética, para Kant la definición de estética está dada como, juicio del gusto, es decir aquello que se juzga en relación con el placer que produzca o no las diferentes categorías de, belleza, sublimidad, agradable y amor; mientras que los datos recogidos presentan las respuestas acerca de la estética desde los, conceptos.

El *hallazgo* consiste en que en la estética, el signo que responde la pregunta, no se refiere ni a una cosa ni a la sensibilidad (Kant) como significado de lo estético, sino, a un conjunto de constructos culturales que se han hecho creencias y se manifiestan en los conceptos. Es decir, aglutinantes como, sensibilidad y cosas adquieren su mínima expresión en comparación con las respuestas acerca de lo bello, lo agradable y lo sublime donde estos tres aglutinantes tienen un comportamiento más equilibrado. *En conclusión*, se infiere que la pregunta por, qué es la estética, y, según los datos, *es la que más activa las funciones cognitivas superiores y la que menos requiere de la sensibilidad y las cosas a la hora de definirla.*

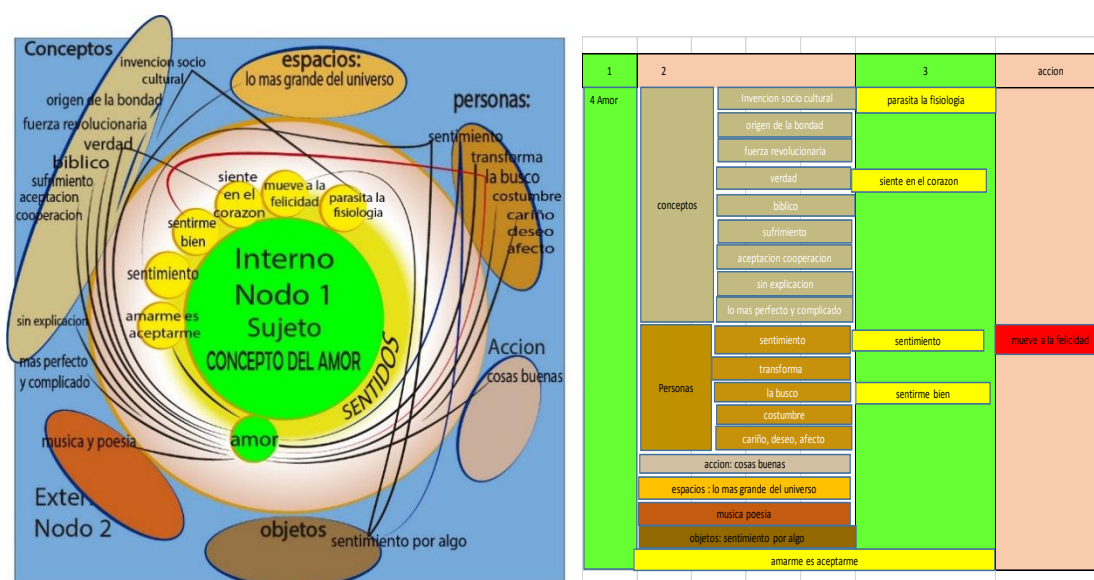
Respecto al párrafo anterior se hace necesario precisar lo siguiente, y esto no lo elimina como hallazgo. La estética solo había adquirido la categoría de disciplina filosófica unos años atrás de Kant, con Baumgarten (1735) y con lo cual, él, la designó como “la ciencia que trata del conocimiento sensorial que llega a la aprehensión de lo bello y se expresa en las imágenes del arte, en contraposición a la lógica como ciencia del saber cognitivo” (p. 93) en el tiempo de Kant esta era una ciencia nueva, apenas explorada exclusivamente desde el arte, solo a partir de Kant y su filosofía de la estética trascendente, se inicia una reflexión acerca de las manifestaciones estéticas en la vida diaria. Esto continúa en el siglo XIX con Mallarme y Nietzsche (Arguello 1995). Así, la estética desarrolla una apertura hacia formas más diversas de manifestación donde la *realidad*

se manifiesta como un texto. En este sentido, puede ser entendible el hallazgo de respuestas con énfasis en, conceptos, encontradas en los datos, de lo que las personas definen como, estética.

3.3.5 Concepto acerca del Amor

Según la ilustración 8, los datos recogidos acerca de la pregunta por lo que es el amor las respuestas tienden hacia las creencias sobre lo sensible, pero, en casi todos los casos las interacciones pasan antes por las personas y los conceptos. En una muestra de mayor equidad que todos los gráficos anteriores. Conceptos como *invención sociocultural*, *origen de la bondad*, *fuerza revolucionaria*, *verdad*, *bíblico*, *aceptación y cooperación*, *lo más perfecto y complicado* son signos con significados que contienen una gran construcción de creencias socioculturales implícitas.

Ilustración 8. Concepto de amor



Fuente: Elaboración propia, con referencia al protocolo de análisis/síntesis. Bedoya, 2014. Texto inédito sin publicar.

Así mismo, esta gran cantidad de respuestas aglutinadas en los conceptos encuentra en otro aglutinante como lo es la sensibilidad del sujeto otro paralelo similar en respuestas. Mas, en las respuestas desde lo sensible y a diferencia de la sensibilidad en lo agradable, estas sensibilidad tiene un gran componente de funciones cognitivas superiores como complemento del aspecto meramente sensible, esto, se encuentra en datos como, *el amor es aquello que parasita la fisiología, es amarme, aceptarme, sentirme bien, se siente en el corazón* y demás, esto, complementa lo que en el anterior párrafo se subraya como el gran componente de creencias socioculturales implícitas en las respuestas dadas acerca de lo que es el amor.

Cuando las personas responden con aglutinantes de personas acerca de lo que consideran lo que es el amor, los referentes que modulan este aglutinante tienen en común un signo sin significado en cosa alguna. Es decir, no son las cualidades físicas de estas personas la que las hace significar amor, sino, que el referente que lo modula corresponde a un cualidad moral o afectiva como sinónimo de la belleza, Esto se evidencia en expresiones como, *el amor es aquello que transforma a las personas, es una costumbre por las personas, es un sentimiento, es afecto por las personas* y en este sentido, lo que permite evidenciar estos datos es que el énfasis en los conceptos al responder por el amor demuestra la gran cantidad de constructos socioculturales implícitos en las respuestas por el amor.

Lo anterior constituye *un hallazgo*, dado que, para Kant, el amor, *deviene de cualidades o bellas o sublimes del objeto*, pero *la belleza depende en mayor medida del objeto*. En tal sentido, Kant (1977) declara “Lo bello exige, por el contrario, cierta cualidad del objeto; la representación

que se puede también hacer inteligible y reducir a conceptos... Lo bello nos prepara para amar, lo sublime para estimar. (p. 162)

El primer hallazgo consiste entonces en que prácticamente ninguna de las respuestas acerca del amor habla de las cualidades físicas del objeto, las cosas o las personas, como si lo conceptúa Kant para referirse al amor. Para él, la cualidad del objeto prepara para amar. *Por el contrario*, los datos obtenidos muestran cualidades morales, afectivas y otras que ocupan su lugar y modulan los aglutinantes de conceptos y personas bellas poseedoras de funciones cognitivas superiores y no las cualidades físicas del objeto, como condición para el amor.

El rectángulo rojo, a la derecha de la ilustración 8, superior, que dice, *mueve a la felicidad*, aparece como el indicio del sujeto que actúa y modela en este caso una especie de acción hacia un estado de felicidad, esto, a partir del estímulo provocado de lo que considera el amor. Esto no quiere decir que los otros datos no basados en aglutinantes de conceptos no tengan como finalidad el estímulo sensible a la acción, sino, que no se dice. Se expone este caso del rectángulo rojo porque es el único donde el dato viene completo y explícito. De otro modo. En cuanto a Kant, él, deja claro que es el sujeto quien en definitiva marca la diferencia ante un mismo estímulo. En tal sentido, Kant (1977) declara “El juicio del gusto no es, pues, un juicio de conocimiento; no es por tanto lógico, sino estético, es decir, que el principio que lo determina es puramente subjetivo (p.26).

Lo anterior presenta a un Kant que apoya en principio la subjetividad como elemento del juicio del gusto, en este caso, referido al amor y esto no constituye ningún hallazgo. Mas, lo que si constituye una novedad es este sujeto que habla del amor como **un sentimiento que lo lleva a**

actuar cuando expresa, *lo mueve a uno a la felicidad*. Esta acción, provocada por el sentimiento del amor si es un hallazgo.

El segundo hallazgo acerca del concepto del Amor: Es que los datos a pesar de tener una aparente equitativa distribución entre conceptos, personas y sensibilidad las dos últimas tienen referentes que modulan los datos hacia los conceptos. Se ve como, ni las cualidades físicas de las personas, ni la sensibilidad por la sensibilidad cuentan para la definición de amor y esto, demuestra *un signo con un alto constructo socio cultural*.

El tercer hallazgo acerca del concepto de amor: Consiste en que la pregunta por el amor como un sentimiento que se siente por las personas tiene como consecuencia una acción.

3.3.6 Síntesis de la primera parte

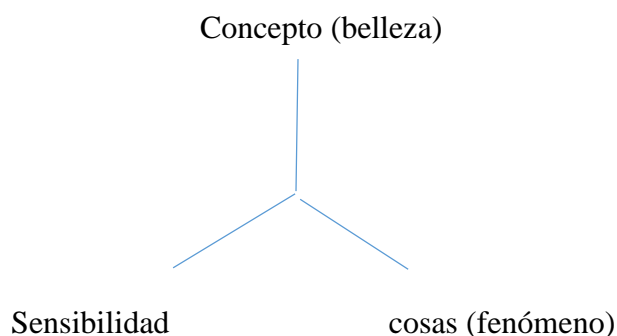
Los hallazgos de conceptos acerca de, belleza, sublime, agradable y amor se pueden sintetizar en lo siguiente:

Primer hallazgo acerca del concepto de belleza: El primer hallazgo acerca del concepto *de belleza* está ligado *al juicio de la belleza física* que pretende ser universal y objetiva y que encuentra, soporte cultural, en la belleza clásica, el número y la proporción. Concepto griego que lo encontramos además en Kant.

Segundo hallazgo acerca del concepto de belleza: El segundo hallazgo acerca del concepto de belleza está ligado al juicio de la belleza *como conjunto de cualidades interiores en una persona*. Este concepto está ligado a la tradición religiosa cristiana de la belleza interior y en Kant aparece como conjunto de valores éticos.

Tercer hallazgo acerca del concepto de la belleza: Este tercer hallazgo es de tipo semiótico, no solo aplica para el concepto de belleza, sino para los demás datos recogidos y consiste en que *diferencia el signo cuando este significa una cosa, como, objeto, espacio, persona y, cuando el signo no hace referencia a una cosa sino a un concepto como construcción cultural*. De este modo, los signos identificables son, conceptos, cosas y sensibilidad:

Ilustración 9 tercer hallazgo del concepto de Belleza



Fuente: Raúl Henao Vélez

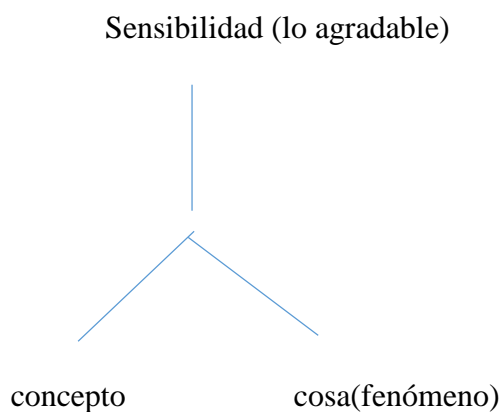
La conexión entre la sensibilidad y los fenómenos (cosas, personas, acciones, etc) se realiza por la mediación de los conceptos que subyacen al evocar ese fenómeno. O sea, *no vemos lo que vemos, sino lo que nos representa*.

Cuarto hallazgo del concepto de belleza: Este hallazgo, también de tipo semiótico y que puede aplicar para algunos de los demás datos recogidos, consiste en que el signo denominado **sensibilidad**, puede contener un doble significado, uno, de tipo sensible y, otro, de función cognitiva superior. Ejemplo de esto son las expresiones, *buenas energías*, *placer espiritual* y *demás*.

Hallazgos de lo sublime: Frente a la pregunta de lo sublime, los datos desde la sensibilidad y los conceptos son superlativos, exagerados y no presentan sorpresas, pero si constituye un hallazgo corroborado por Kant y que permite entender que lo sublime es una forma superlativa de percepción estética para estudiantes y profesores presentes en la muestra del Politécnico Jaime Isaza Cadavid y que permite entender sus percepciones estéticas.

Hallazgos de lo agradable: El hallazgo frente al dato de lo agradable tiene aspecto de novedad y se encuentra en *el aglutinante de la sensibilidad*. De este, se infiere que lo agradable en los datos recogidos no solo contempla un interés sensible *por poseer la cosa*, a la manera de Kant, sino, además, *hay una función cognitiva superior* al asignar, *cualidades de bondad a la sociedad*, como significado de lo agradable o como, *la de bondad en las personas*. Esto, sugiere entonces, un hallazgo novedoso en términos de **ampliación del significado por lo agradable**. Respecto al de la belleza, contrario a lo esperado, y que va *de la cosa a lo conceptual mediado por la sensibilidad*.

Ilustración 10. Hallazgo de lo agradable



Fuente: Raúl Henao Vélez

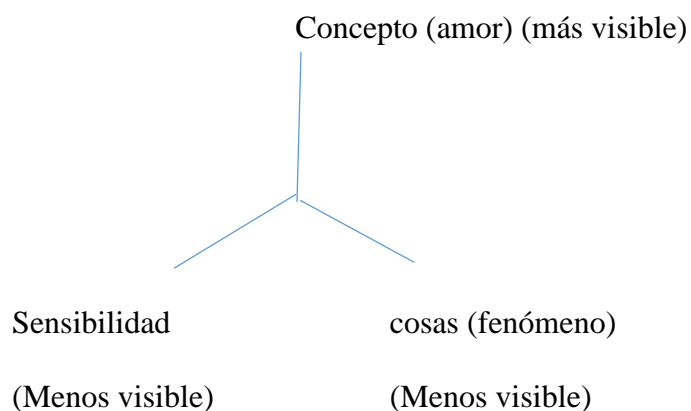
En el caso de lo agradable, la conexión entre concepto y fenómeno, lo establece la sensibilidad.

Hallazgos de la estética: El hallazgo novedoso consiste en que, en la estética, el signo que responde la pregunta, *no se refiere al juicio del gusto* la manera que Kant la define, sino, a un *conjunto de constructos culturales que se han hecho creencias* y se manifiestan en los conceptos. En conclusión, se infiere que la pregunta por, qué es la estética, y, según los datos, *es la que más activa las funciones cognitivas superiores y la que menos requiere de la sensibilidad y las cosas a la hora de definirla*. La mayor visibilidad de los constructos culturales frente a lo estético, no niega la presencia de la sensibilidad en relación a los fenómenos, sino que se invisibiliza en las respuestas.

Hallazgos con la pregunta por el amor: Como conclusión en la pregunta por el amor se tienen **dos** hallazgos. El primero es que los datos a pesar de tener una aparente equitativa distribución entre conceptos, personas y sensibilidad, las dos últimas tienen referentes que modulan los datos

hacia los conceptos. Se ve como, ni las cualidades físicas de las personas, ni la sensibilidad por la sensibilidad cuentan para la definición de amor, y esto, demuestra un signo con un alto constructo socio cultural.

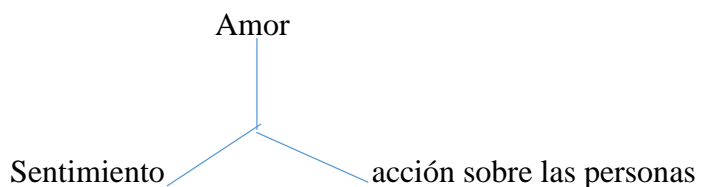
Ilustración 11. Primer hallazgo del amor



Fuente: Raúl Henao Vélez

El segundo hallazgo consiste en que la pregunta por el amor como un sentimiento que se siente por las personas **tiene como consecuencia, una acción.**

Ilustración 12. Segundo hallazgo del amor



Fuente: Raúl Henao Vélez

3.4 Relaciones y asociaciones estéticas

Se dejó atrás el capítulo de las opiniones, los conceptos, las definiciones que las personas construyen para entender el mundo estético y se pasa al uso de las relaciones y asociaciones. La segunda parte de esta investigación se propone entonces analizar las relaciones de belleza, placer, emoción, admiración con lugares, personas y la misma institución universitaria para entender el mundo que las personas establecen el juicio estético.

3.4.1 Lugares bellos

En la ilustración 13, la sensibilidad en el dato aumenta y hace explícito el hecho de que la sensibilidad del entrevistado es la que soporta una pregunta por ese lugar bello. Es decir, en el gráfico inferior la flecha va hacia el nodo dos y vuelve al uno en una relación de correspondencia entre el estímulo y la sensación de placer, así, aparecen referentes de la sensibilidad como, **disfrute, tranquilidad, placer**. Esto, además, indica en muchos casos relaciones de correspondencia donde a un estímulo corresponde un cierto tipo de sensibilidad que lo aprueba.

comprueba la relación directa entre la experiencia estética en lugares considerados bellos y la activación de las funciones cognitivas superiores.

En la pregunta por los **lugares bellos**, la naturaleza es la palabra aglutinante que se lleva la gran proporción de las respuestas de los entrevistados, así se ve en la ilustración. En una menor medida aparece la respuesta de la casa como espacio bello. Esto no constituye una novedad y de alguna forma estaba dentro de las expectativas. La explicación es que ya Kant ejemplifica los lugares naturales y funcionales como elementos que procuran placer estético, definidos como belleza libre y belleza adherente.

En tal sentido, Kant (1977) declara:

Hay dos especies de belleza; la belleza libre (*pulchritudo vaga*), y la simple belleza adherente (*pulchritudo adherens*). La primera no supone un concepto de lo que debe ser el objeto, pero la segunda supone tal concepto, y la perfección del objeto en su relación con este concepto. Aquella es la belleza (existente por sí misma) de tal o cual cosa; esta, suponiendo un concepto (siendo condicional), se atribuye a los objetos que se hallan sometidos al concepto de un fin particular. Mas la belleza de un hombre (y en la misma especie, la de una mujer, la de un niño), la belleza de un caballo, de un edificio (como una iglesia, un palacio, un arsenal, una casa de campo), suponen un concepto de fin que determina lo que debe ser la cosa, y, por consiguiente, un concepto de su perfección; esta no es más que una belleza adherente. (p. 61).

Hallazgos acerca de la descripción de un lugar bello: El principal hallazgo del dato, que además corrobora a Kant, consiste en que **los lugares bellos estimulan las funciones cognitivas superiores**, como lo demuestra el conocimiento de la cultura estimulado por la visita al parque Tayrona y la reflexión provocada por la neblina de un lugar. El segundo hallazgo del dato, Consiste

en que los espacios naturales son la fuente que en su mayoría eligen los entrevistados para asociar la belleza de un espacio. Esto, incluso, muestra este hallazgo ligado al primero, donde las funciones cognitivas superiores son estimuladas a la reflexión o el conocimiento de la cultura por estos espacios naturales como los son el parque Tayrona o los lugares con neblina.

3.4.2 Placer y emoción vivida

En la siguiente pregunta relacionada con el tema de los placeres y las emociones se les pidió a las personas que relataran, describieran una emoción vivida, agradable o desagradable que hayan tenido y que se les quedó en su memoria por su intensidad y persistencia. Como se ve en la ilustración 14, inferior, las respuestas presentan como reiterados los aglutinantes de personas y acciones. Los dos aglutinantes y sus referentes se diferenciaron deliberadamente por emociones bellas y sublimes, entendida la primera como agradable y la segunda como desagradable por el grado de violencia que conlleva la experiencia. Esta diferenciación se funda en la descripción que Kant hace de lo bello y lo sublime. Kant (1977).

En tal sentido, Kant (1977) declara:

Pero he aquí la diferencia más importante, la diferencia esencial *entre lo sublime y lo bello*. Consideramos como es debido lo sublime en los objetos de la naturaleza (lo sublime en el arte está siempre sometido a la condición de conformidad con la naturaleza), y colocamos al lado la belleza natural (la que existe por sí misma): ésta encierra una finalidad de forma por la cual el objeto parece haber sido predeterminado por nuestra imaginación, y constituye de este modo en sí un objeto de satisfacción; pero el objeto que excita en nosotros sin el auxilio de ningún razonamiento, por la simple aprehensión que de él tenemos, el sentimiento de lo sublime, puede parecer, en cuanto a la forma, discorde

con nuestra facultad de juzgar y con nuestra facultad de exhibición, y juzgarle, sin embargo, tanto más sublime cuanto más violencia parece hacer a la imaginación. (p. 78).

De acuerdo con lo anterior y a la ilustración 14 acerca de la experiencia vivida se destaca la respuesta de un estudiante que responde que una emoción de rabia e injusticia producida por el castigo injusto de sus padres y que lo llevó a acabar con todo en su alcoba (rectángulo rojo). Esto demuestra una vez más, tal como se vio, en la ilustración 8, donde se preguntaba por la definición del amor, la persona contesto que, *es un sentimiento que me mueve a la felicidad*, en este caso, la acción generada por el estímulo de rabia llevó al estudiante a actuar con violencia acabando con todo lo de su alcoba.

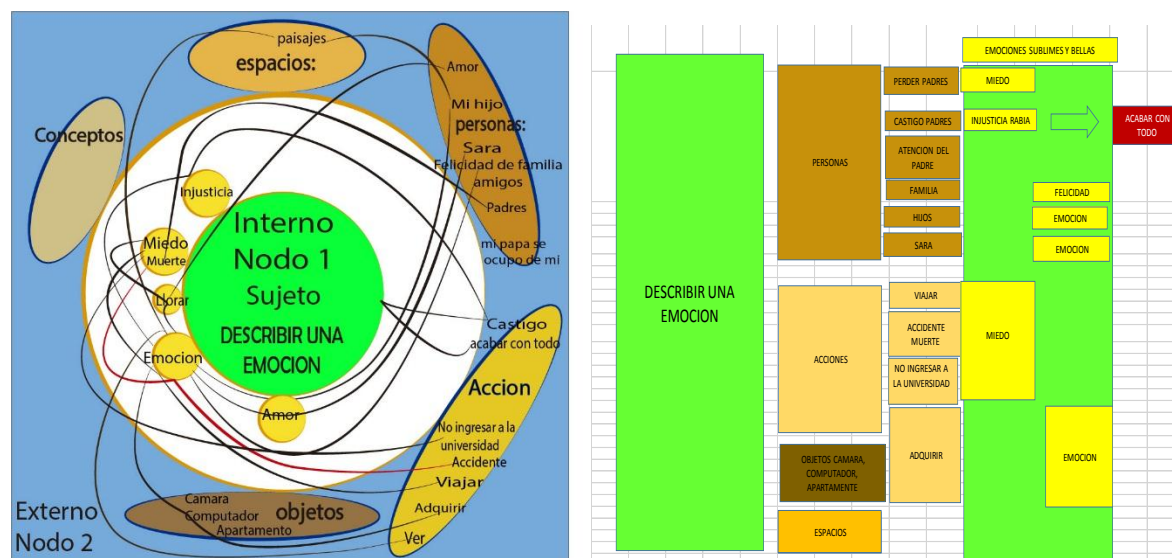
Primer hallazgo de una emoción vivida: Está ligado a un hallazgo anterior (p. 62) donde se pregunta por el amor y en los dos **el estímulo genera una acción coherente con el tipo de estímulo**. En el caso del amor, entendido por Kant como algo bello, el estímulo generó un movimiento hacia la felicidad; en el presente caso de la emoción vivida, la rabia por algo considerado injusto, entendido por el mismo Kant como sublime, llevo al sujeto a la destrucción de su alcoba. Esto puede concluirse en que **los estímulos bellos conllevan reacciones bellas y los estímulos sublimes, reacciones sublimes en el sentido de carga de violencia** en que lo define Kant.

Por otra parte, la pregunta acerca de las emociones estuvo marcada por las **acciones** y las **personas** como aglutinantes mayores, sin embargo, algunas de estas acciones muestran la adquisición de objetos como cámara, computador y apartamento una tendencia fuerte que liga las acciones a los objetos. Kant, definiría esta experiencia como lo agradable, dado que lo agradable

dista de lo bello en cuanto que *lo primero tiene un fin de uso* y su experiencia estética se agota cuando se agota la experiencia de su uso o consumo, *mientras por otra parte lo bello o sublime* no se agota en cuanto ambas experiencias no tienen un interés de uso, están más cerca de un ejercicio de la imaginación y el intelecto como ya se ha expuesto anteriormente.

El segundo hallazgo en la descripción de las emociones vividas: Este hallazgo consiste en que la adquisición de bienes materiales como computadora, apartamento y cámara constituye una fuente importante de placer y emoción para los entrevistados.

Ilustración 14. Emoción vivida



Fuente: Elaboración propia, con referencia al protocolo de análisis/síntesis. Bedoya, 2014. Texto inédito sin publicar.

De nuevo está el espacio de paisajes como otro de los elementos que una persona recuerda que le genera placer. Ya en la primera parte de conceptualización, el paisaje natural apareció como aquel que las personas elijen como espacio de belleza y placer, pero aquí el dato tiene una

complejidad mayor, porque este paisaje está ligado a un conjunto de estímulos de acciones y reacciones que el entrevistado la relaciona en la construcción de su repuesta.

Esto es lo que dice el docente, Aguirre (2018) frente a la pregunta de describir una emoción vivida:

Recientemente viajé a Bogotá con mi hijo Tomás y nos detuvimos en un punto en la carretera (Alto del Cocora) era temprano en la mañana y el sol reflejaba de manera muy bella el paisaje del valle que se abría a nuestra vista; por un momento compartimos la visión de una belleza extraordinaria que nos emocionó mucho (entrevista).

Aquí los aglutinantes son varios con sus respectivos referentes, veamos, espacio natural, este es el primer aglutinante (espacio) con su referente (natural); continua, en compañía de una persona, su hijo, continua, compartir ese momento, son otros dos aglutinantes más, compartir y tiempo, al referirse a ese momento en particular; finalmente, el afecto, como constructo de creencia mayor, entre estos dos personajes, padre e hijo, que es un último innombrado pero no especulativo deducido aglutinante llamado, amor.

El tercer hallazgo de placer y emoción vivida: Consiste en que dichas experiencias no se definen en un solo aglutinante, sino que reúne un conjunto de aglutinantes como, tiempo, personas y amor en un espacio y tiempo determinado.

3.4.3 Asociaciones del Placer

Luego de las descripciones de placeres o emociones vividas se les pidió a las personas que respondieran ¿Con qué relaciona la palabra placer? El gráfico inferior muestra cómo, las **acciones** y posteriormente las **personas** fueron los mayores aglutinantes. Es decir, las acciones son un aglutinante que van acompañados de personas, y viceversa, cuando el aglutinante son la personas, sus referentes conllevan acciones.

Primer hallazgo de las asociaciones de placer: Es similar este hallazgo al tercero de la pregunta por emociones vividas. Este consiste en que las asociaciones están compuestas de más de dos aglutinantes en simultáneo.

Los demás aglutinantes son los espacios, los objetos y con una sola respuesta acerca de la sensación que le produce la fe, hay una respuesta.

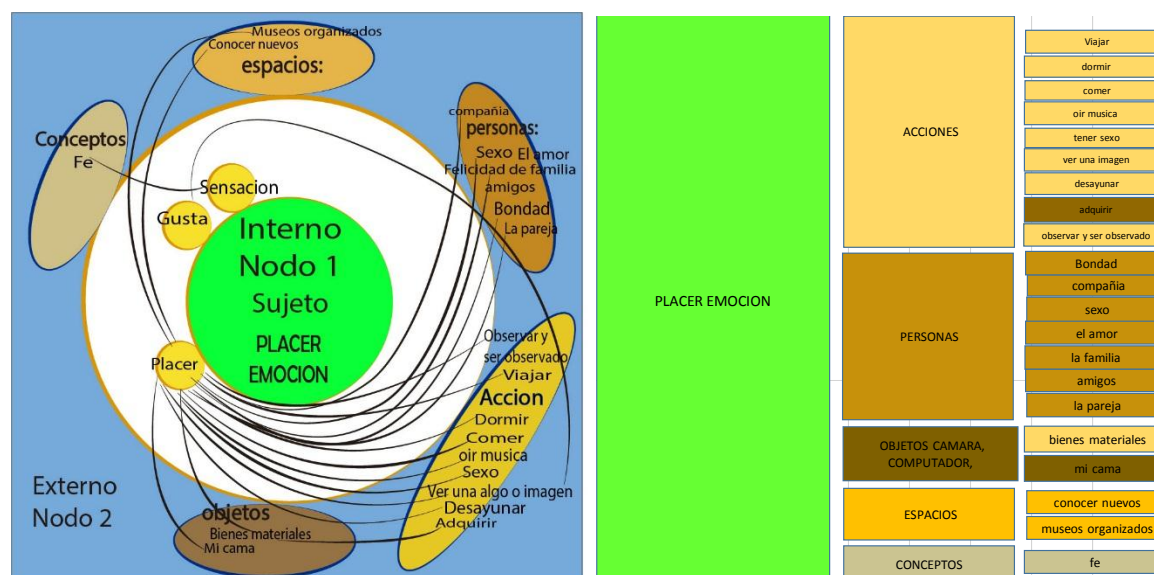
Si se observan las acciones que generan placer en las personas entrevistadas hay un elemento común y es que todas tienen de por medio uno de los cinco sentidos. Las acciones que involucran los sentidos son, *comer, desayunar, oír música, tener sexo, ver algo, ver imágenes, viajar, observar y ser observado, en todas, la mediación de los sentidos con el estímulo es obligada*; lo que se quiere decir y se explicará a continuación por contradicción o ironía, es que las respuestas no relacionan el placer de las acciones con las funciones cognitivas superiores, por ejemplo, nadie dice que le procura placer cuestionar el desayuno, pensar la música, abstraer el sexo, o argumentar

un viaje, estas funciones cognitivas superiores como prefijo de una acción no concuerdan, no dicen nada lógico. Lo que, si le procura placer al sujeto entrevistado, es, *sentir las acciones*.

Segundo hallazgo acerca de las asociaciones del placer: Este hallazgo en las asociaciones del placer que hicieron los entrevistados tiene que ver con la relevancia de la sensibilidad como referente modulador del aglutinante, acción. Los sentidos, son los receptores de la acción placentera.

Si los *sentidos* son los que median el placer que las personas sienten en el aglutinante de la acción, algo análogo sucede con los referentes que modulan el aglutinante de las personas. En las personas, el placer está mediado por la *construcción de* afectos y sentimientos existentes entre el sujeto y el objeto. Como se puede ver en la parte derecha del gráfico superior pintada de café claro, el placer con las personas, los entrevistados, los definen con referentes como, bondad, compañía, amor, sexo, familia, amigos y pareja relaciones que tienen en común el hecho de que están mediadas por los sentimientos y los afectos.

Ilustración 15. Relaciones de placer



Fuente: Elaboración propia, con referencia al protocolo de análisis/síntesis. Bedoya, 2014. Texto inédito sin publicar.

Tercer hallazgo en las asociaciones del placer: En este hallazgo, acerca de lo que las personas asocian con placer, los sentidos les permitieron percibir las acciones placenteras, mientras que, la *sensibilidad por los sentimientos*, les permitieron valorar el placer que le procura una persona. Consecuente con lo anterior, el dato se comporta también de modo diferente, es decir, en los sentidos, *el objeto es acción*, en los sentimientos, *el objeto está en el producto de constructos intangibles de la cultura*, llamado, sentimientos, como, el amor o la bondad. Estos, son signos que nacen de otros signos y de otros más y que tienen a las personas, sólo, como referentes físicos. No se percibe se entiende.

Como ya lo hemos dicho Kant plantea que finalmente es en el sujeto quien radica la experiencia estética, más que en el objeto, en tanto que algo puede ser placentero para una persona para otra no; así mismo, Peirce lo dice de otro modo "...es la creencia, que habita al sujeto, la que

genera las acciones” en consecuencia, un mismo estímulo puede significar para una persona el inicio de una acción mientras para otra simplemente no es estímulo a ninguna acción.

Cuarto hallazgo acerca de las asociaciones de placer de las personas: Este hallazgo está precisamente, en el hecho, de que, **el placer busca el placer cuando este se pierde**. Las creencias llevan a realizar acciones, que, a su vez, les renueva el placer. Es decir, un proceso de estímulo, creencia, acción, que, puede iniciarse indiferentemente desde el estímulo o desde la persona. La reflexión acerca de lo que está primero nos llevaría al origen de nuestra existencia y de la cultura misma. Lo que sí es evidente, es que el sujeto, el objeto y el signo dejan de verse como elementos separados para ser uno en su interacción, deja la dualidad de sujeto, objeto y ahora, el signo, crea la una terceridad (Peirce). El signo viaja entre uno y otro construyendo creencias y generando acciones producto de estas creencias para procurar el *placer ausente*. De este modo, el gráfico crea un dibujo animado, que no puede representarse como una foto quieta, sino, como un video animado. Se visualiza como unidad dinámica y auto estimulada, regenerada permanentemente.

3.4.4 Relación de placer con estudio:

Esta fue la siguiente pregunta que desarrolló las relaciones de placer. En la ilustración 16 es preciso diferenciar que las líneas rojas representan las respuestas o datos de los estudiantes, mientras que con negro están las de los docentes. Lo primero a señalar, es, que los dos únicos aglutinantes en la respuesta a la pregunta por el placer con el estudio son, personas y acciones. En las personas se reiteran sus cualidades cognitivas y comunicativas; en la acción, se repite la novedad y el logro de

objetivos. Estas clasificaciones tienen la intención solo de analizarlas y entender sus dinámicas, pero en la vida, éstas, casi siempre se presentan de forma simultánea.

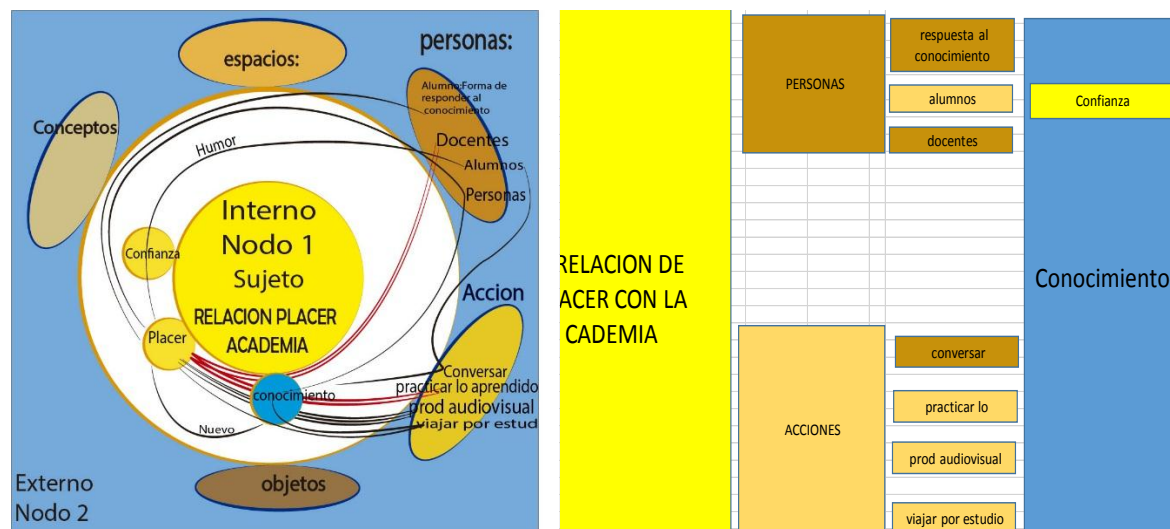
Primer hallazgo en la pregunta por la relación del placer y el estudio: Este primer hallazgo respecto a la pregunta por la relación entre placer y estudio consiste en que los aglutinantes, cosas, quedan excluidos del dato. Aunque en el signo, personas, éste se refiere a cosas, las cualidades cognitivas y comunicativas de las personas que la referencia y modula con el placer, no lo son. Este hallazgo, genera a su vez una pregunta **¿por qué las cosas no logran estimular el placer por el estudio?**

Para los entrevistados, las personas son aglutinantes que relacionan al placer de estudiar si poseen cualidades como, conocimiento y comunicación. Esto sucede cuando el profesor responde que, el placer está en la forma en que los alumnos reciben, "procesan" y responden a los diferentes temas; u otra donde el docente dice (2018)

Mira a mí me da mucho placer el conversar con los alumnos yo salgo muy contento una clase cuando uno los muchachos le hacen preguntas así se atrase cuando se estimula la discusión... Qué es un momento en el que yo también estoy aprendiendo no es un momento en el que yo voy y hablo y hablo y hablo yo personalmente prefiero cuando hay más diálogo”

Cuando otro docente responde (2018) “el placer en la enseñanza es cuando no uno está enseñando está conversando. Como es una cuestión interactiva no se enseña se aprende”.

Ilustración 16. Relación de placer y academia



Fuente: Elaboración propia, con referencia al protocolo de análisis/síntesis. Bedoya, 2014. Texto inédito sin publicar.

Un estudiante (2018) agrega “yo digo que para mí es muy placentero cuando te imparten unos conocimientos y luego le pide que ponga en práctica sus conocimientos es muy placentero cuando tú lo logras sientes que tuve ese conocimiento que te dieron te sirvió”.

Las anteriores respuestas muestran que conocimientos y comunicación se unen en el placer que aglutina a las personas inteligentes, con capacidad de comunicación, como fuentes de placer académico.

Segundo hallazgo en la relación entre personas y placer por el estudio: Las personas y las acciones representan los dos únicos aglutinantes en la asociación que los datos establecen entre el estudio y el placer, mas, de las personas, sólo aquellas que son inteligentes y pueden comunicar lo que saben, son generadoras de placer en el estudio.

Los datos tienen reiteraciones en los estudiantes cuando expresan que el conocimiento es placer, mas, este conocimiento no es cualquier tipo de conocimiento, pues éste, está modulado por referentes, uno de ellos es el interés frente a lo nuevo y el otro por la práctica del objeto de conocimiento que finalmente también se traduce en novedad o transformación de la monotonía del salón de clase. Así lo expresan los estudiantes, *conocer algo nuevo*, por otra parte, está la práctica del conocimiento como cuando dicen, *producir audiovisuales, hacer lo que me gusta, poner en práctica lo aprendido, viajar porque yo estudio Hotelería y turismo y de esa forma pongo en práctica lo aprendido*, éstas, son algunas de las expresiones que califican el tipo de conocimiento que les produce placer a los estudiantes. Es decir, la novedad como el conocimiento en la acción, que es también novedad, produce placer en el estudiante. Kant (1977).

En tal sentido, Kant (1977) declara:

Todo objeto perfectamente regular (que se aproxima a la regularidad matemática) tiene algo en sí que repugna al gusto; la contemplación de este no ocupa mucho tiempo el espíritu, y a menos que éste no tenga expresamente por fin el conocimiento o cualquier objeto práctico determinado, sufre con él un gran fastidio

Por el contrario, aquello en que la imaginación se puede ejercitar libre y armoniosamente, es siempre nuevo para nosotros, y no nos fatiga el contemplarlo. Morsden, en su descripción de Sumatra, nota que en este país, las bellezas libres de la naturaleza rodean al espectador por todas partes y tienen para él poco atractivo, mientras que se hallaría mucho más impresionado cuando en medio de un bosque hallara un campo de pimienta, en donde los pies en que se apoya esta planta, formasen paseos paralelos; y concluye diciendo que la belleza campestre, irregular en apariencia, no agrada más que por el contraste, al que está cansado de la regular (p. 221).

Tercer hallazgo en la relación del placer con el estudio: Este tercer hallazgo del placer encontrado en el estudio se refiere a la cualidad que tiene la acción siempre de ser novedosa. Placer en los nuevos conocimientos, en la práctica por oposición a la teoría, en la predilección de nuevos espacios y demás.

Cuarto hallazgo que relaciona el placer con el estudio: Este hallazgo surge de la relación entre el primero y el segundo hallazgo. Este consiste en que el placer que sienten por las personas que saben comunicar sus conocimientos contiene una novedad, esta novedad, es el nuevo conocimiento.

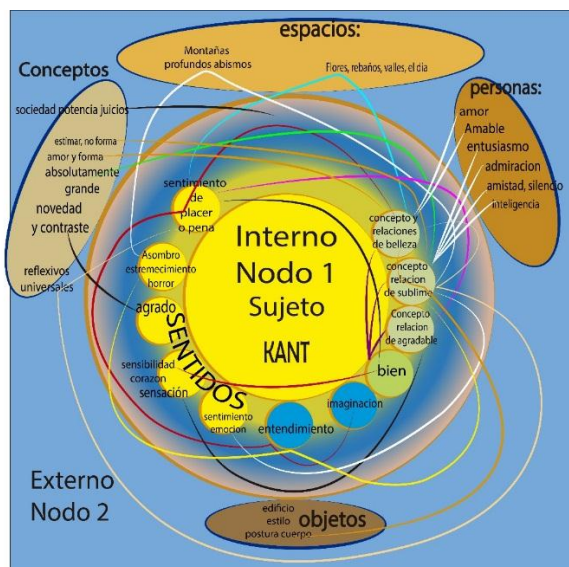
Quinto hallazgo en la relación placer con el estudio: Este hallazgo es de tipo semiótico y se desprende de los anteriores. El signo, en ninguno de los tres anteriores hallazgos se refiere a una, cosa, como significado, ni el conocimiento, ni la capacidad comunicativa, ni la novedad. Esto hace de este hallazgo uno de los de más alto constructo sociocultural analizado hasta el momento, el cual, además, exige de un gran ejercicio de la imaginación para poder entender sus significados.

3.4.5 El placer en Kant

Como ya se habrá dado cuenta esta tesis presenta sus datos de forma simultánea, esto sucede al presentar, analizar, citar a Kant y finalmente hacer explícitos los hallazgos. Esto, se espera, no sea confuso, solo simultaneo, o como dice la doctora Olga Bedoya, asesora de esta tesis, *es que así es el mundo real, simultaneo*. Kant, no se refiere explícitamente al estudio, tal, como se formuló la pregunta, pero si al entendimiento y la imaginación en estímulo permanente y generador de placer.

Tal vez sea preciso en este momento traer de nuevo el gráfico que representa las relaciones simbólicas que hace Kant al referirse al placer estético.

Ilustración 17. Kant y sus relaciones de placer



Fuente: Elaboración propia, con referencia al protocolo de análisis/síntesis. Bedoya, 2014. Texto inédito sin publicar.

Sobre el placer y las emociones Kant establece una diferencia, *el placer* se siente frente a *lo bello*, mientras que la *emoción* está más *cerca de las experiencias de lo sublime*. En el primero, la belleza como placer es una experiencia que puede mantenerse prolongadamente en el tiempo, esto sucede porque no cansa, ni fatiga, como el amor placido, no el otro, también la amabilidad, los paisajes de rebaños, flores y ríos; por otra parte, las emociones, están más cerca de las altas montañas y sus grandes abismos, las emociones de gran intensidad como el terror, el asombro o la pena, tienen en común, que no se posee capacidad de mantenerse en el tiempo sin que el sujeto sucumba física o mentalmente.

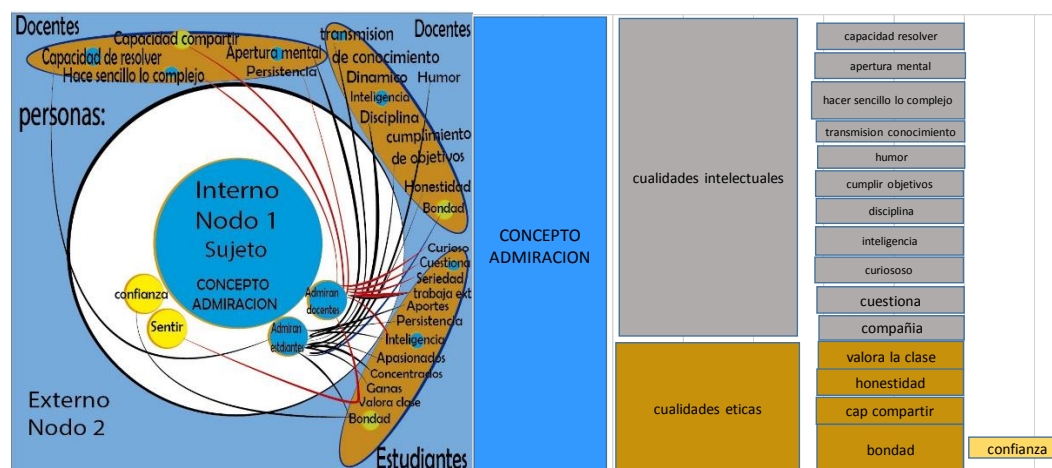
3.4.6 Hallazgo entre Kant y el dato dado en la pregunta por el placer

La inteligencia, la novedad, la capacidad comunicativa y la imaginación encuentran en el dato y en Kant una relación permanente a la hora de dar cuenta a la pregunta por el placer del conocimiento.

3.4.7 Que es aquello que más admira en compañeros y docentes

Para entender se hace preciso conocer. El que entiende es el que ha estudiado y conoce del tema. En la pregunta por el placer ha aparecido una y otra vez el entendimiento. *Entender por medio de la imaginación* es fuente de placer, dice Kant. Esta fue la pregunta que se hizo. ¿Qué es lo que más admira de sus compañeros y docentes? y este placer intelectual, muy de moda en los círculos artísticos y cultos de la sociedad presentó los siguientes datos. En el gráfico inferior lo que más se admira entre docentes y estudiantes juntos son cualidades o referentes en las personas que tiene que ver con su **capacidad intelectual**, de entendimiento y de resolver situaciones que dependen de las capacidades cognitivas superiores. Se aclara que la ilustración 19, inferior diferencia las repuestas de los estudiantes de la de los docentes ya que las líneas rojas son de los docentes y negras de estudiantes.

Ilustración 18. Admiración



Fuente: Elaboración propia, con referencia al protocolo de análisis/síntesis. Bedoya, 2014. Texto inédito sin publicar.

Más allá de bondad o cualidades éticas de una persona que solo aparece en unas pocas respuestas, las funciones cognitivas superiores están presentes en expresiones como, *capacidad de resolver*, *hacer sencillo lo complejo*, *capacidad de cuestionar*, *apertura mental*, *capacidad de transmitir el conocimiento*, *humor*, *curiosidad*, frente a conceptos de tipo ético como, *capacidad de compartir*, *honestidad*, *bondad*, *valorar la clase* y *ganar* muestra la dominancia de las respuestas hacia la inteligencia como aglutinante principal en la pregunta por la admiración. Es claro entonces afirmar que para las personas preguntadas la admiración que profesan por el *entendimiento e inteligencia* está por encima de sus cualidades éticas.

El hallazgo con relación a la pregunta por la admiración en una persona: De lo anterior se puede inferir, primero, que la admiración por las personas está dada en mayor medida por las cualidades cognitivas de las personas que por las cualidades éticas, y, segundo, que esta admiración por las cualidades cognitivas no dependen de un referente perceptible por los sentidos, como puede

llegar a suceder en la admiración por lo bello o agradable y sino, que es un signo que halla su significado en construcciones socio culturales de mayor elaboración intelectual.

3.4.8 Belleza, bondad e inteligencia

La curiosidad científica indaga por aquello que como excusa le sirve al sujeto para manifestar su placer. En esta ocasión se les pidió a los entrevistados que respondieran ¿De qué forma la belleza, la inteligencia o la bondad de alguien del salón ha sido un estímulo para ir a estudiar? Es importante aclarar que en ocasiones el entrevistado intento describir una a una de las tres opciones y se le reorientó la pregunta en el sentido de elegir una, la que más entre las tres y de ese si describir sus razones o preferencias. Esto buscaba encontrar una jerarquía entre la que más y menos placer le crea.

En esta ocasión al poner a elegir a los entrevistados entre tres opciones explicitas, la inteligencia cedió espacio frente a la bondad y esta se creció, ocupando prácticamente el mismo nivel y valor que la inteligencia. Es también de anotar que la belleza desapareció en las respuestas. En la inteligencia se aglutinan la mitad aproximadamente de las respuestas acerca de esta triple elección brindada para elegir y en la bondad, la otra mitad.

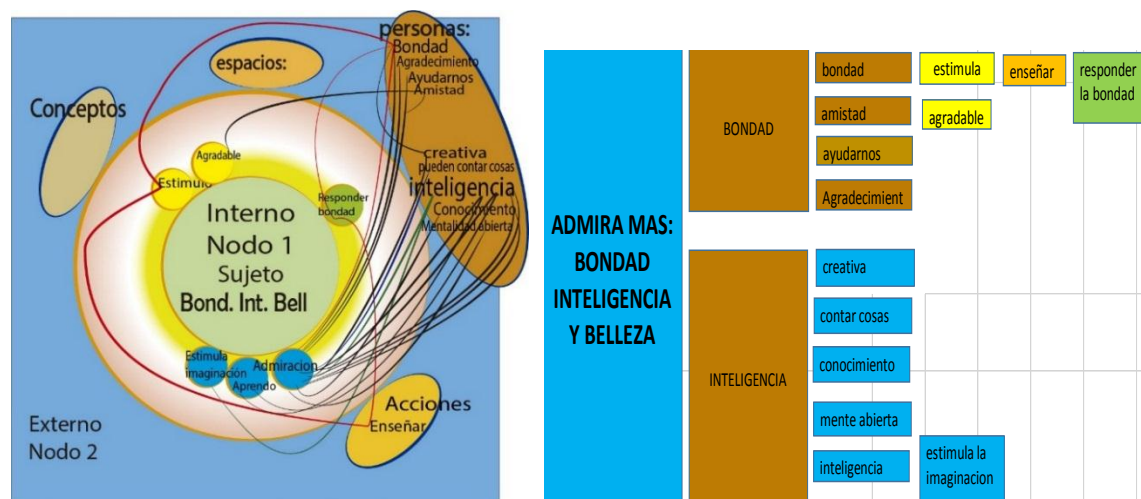
Los referentes de este aglutinante de inteligencia son, *la creatividad, expresadas de modo en que se pueden contar cosas, como que, la inteligencia crea una mentalidad abierta;* mientras que el aglutinante de la bondad, similar al anterior por cantidad de respuestas, admira en la bondad, *el agradecimiento, la amistad con los compañeros, la capacidad de ayudar.* Según conceptualiza

Kant esta admiración es otra forma de placer generada por el estímulo de los actos buenos o inteligentes de los otros, es decir, no sólo por el estímulo de lo bello se logra placer. Ética, estética y entendimiento aquí, como estímulos del placer. Kant (1977)

En tal sentido, Kant (1977) declara:

La inteligencia es sublime, el espíritu es bello. El atrevimiento es sublime y grande; la astucia, pequeña, pero bella. La circunspección, decía Cromwell, es la virtud de un burgomaestre. La veracidad y la rectitud son simples y nobles; la burla y la adulación amable, son delicadas y bellas. La gracia es la belleza de la virtud. La actividad desinteresada para prestar servicios es noble; la urbanidad y la honradez, son bellas. Las cualidades sublimes inspiran respeto; las bellas, amor. Las personas que están principalmente dispuestas al sentimiento de lo bello, no buscan amigos sinceros, constantes y verdaderos, más que en las circunstancias difíciles; escogen para su sociedad amigos alegres, amables y graciosos. Hay un hombre de tal naturaleza que se estima mucho, demasiado para poderle amar. Inspira admiración, pero está muy por cima de nosotros para que nos atrevamos a acercarnos a él con la familiaridad del amor (p. 228)

Ilustración 19. Belleza, bondad o inteligencia



Fuente: Elaboración propia, con referencia al protocolo de análisis/síntesis. Bedoya, 2014. Texto inédito sin publicar.

Lo más destacado en las respuestas a esta pregunta de elección triple radica en que, como muestra la ilustración 20, la línea roja que va y vuelve de sujeto a objeto en seis ocasiones, representa la respuesta de un docente, que, continuando con el elemento de acción reacción expuesto en párrafos anteriores, aquí, el dato, contiene un anticipo del sujeto, docente, que busca, a partir de un tipo de estímulo bondadoso de su estudiante, generar el mismo trato bondadoso con su enseñanza y así crear una acción y reacción continua. Este es textualmente el dato.

Respuesta de un docente (2018)

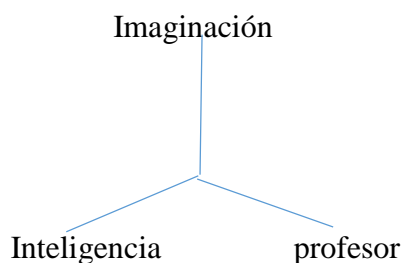
Pensaría que la bondad de alguien en el salón es un estímulo mayor para ir a enseñar, porque me genera mayor compromiso personal de corresponder su bondad con mi tarea de enseñar.

Lo anterior cabeza y la cola de un ciclo de acción reacción. Propone responder a un estímulo con otro estímulo igual y de ese modo recibir el estímulo que le estimula a ir a enseñar. Un hacer estimulado por algo y una acción esperando una reacción bondadosa que le procura placer. De esta forma nace una singular forma de provocar y controlar las reacciones del otro a partir de estimularlo de una forma tal que el sujeto responda igual a como se espera. Parece un trabalenguas, pero no lo es. Esto construye una forma de creencia institucionalizada acerca del comportamiento, la cual, se reproduce, pero, si en algún momento este comportamiento no se responde como se espera, el sujeto puede juzgarse como falto de educación y cultura.

Primer hallazgo en relación con la pregunta tripartita acerca de la admiración: Este primer hallazgo en relación con esta pregunta tripartita acerca de la admiración por la bondad, la belleza y la inteligencia consiste en que, continuando con algo ya hallado en preguntas anteriores, el dato, acerca de la admiración por la bondad, contiene tres pares de acciones reacciones que dibujan dinámicas de causas y efectos que **permiten al sujeto, prever en otro sujeto, las consecuencias de sus acciones.**

El mismo gráfico triádico que pone la belleza, la bondad y la inteligencia como estímulo para lo académico presenta un dato a analizar de un estudiante (línea verde va y vuelve) el cual manifiesta que la inteligencia de un profesor es la que más la ha motivado a ir a estudiar porque dicha inteligencia le estimula la imaginación. Aquí es imposible analizar el dato sin que se asemeje a Kant. En él, la imaginación es estimulada por la belleza y aquí por la inteligencia. En Kant la imaginación ante lo bello busca el entender. La imaginación nos acerca a un entendimiento parcial y la imaginación busca suplir esa parcialidad forzándose a imaginar más para entender.

Ilustración 20 Imaginación, conexión entre inteligencia y profesor



Fuente: Raúl Henao Vélez

La conexión entre la inteligencia y el profesor es la imaginación. Para aprender no funcionan por sí solas: inteligencia/profesor.

Vale la pena recordar que en una pregunta anterior a la que estamos analizando en este momento se hizo acerca de lo que se admira en las personas y las respuestas fueron una sola, La inteligencia con todos sus referentes y moduladores; pero, cuando se hizo explícito y se ofrecieron tres opciones de respuesta, como en esta pregunta tripartita de belleza, inteligencia y bondad, la bondad, si apareció y puso un lugar frente a la inteligencia que en anterior gráfico se había llevado todo el protagonismo.

El segundo Hallazgo en relación con la pregunta tripartita de la admiración: Aquí en este momento los entrevistados parecen acordarse de que la bondad existe y que es una opción de respuesta y la eligen también. Esto se puede interpretar de varias maneras, una, que domina la admiración por la inteligencia que sobre la bondad, otra manera es pensar, es que cuando se ofrece la opción bondad se pueden inhibir de no elegirla por algún temor de no ser “bueno” al juicio del otro, otra forma de interpretar es que tal vez las dos inteligencia y bondad son creencias fuertes, pero que las creencias hay que *aceitarlas* para tenerlas actualizadas y la inteligencia es tal vez una creencia más practicada en la actualidad que la bondad, pero también es posible que no sea ninguna de las anteriores explicaciones. Lo cierto es que llama la atención ver como la bondad se elige mientras existe como opción y si no existe, no se elige.

3.5 imaginación y creatividad

Esta tercera sección se preguntó por la imaginación y la creatividad como complemento a las respuestas acerca del placer.

3.5.1 Creatividad y aula de Clase

El desarrollo expositivo de esta tesis deviene hasta ahora en tres momentos. El primero, comprende la conceptualización acerca de lo que tiene que ver con la estética; en el segundo, se exponen las relaciones y asociaciones que los entrevistados hacen acerca del mismo tema, y, en este tercero, se presentan datos de conceptualización y de relaciones respecto a la imaginación y la creatividad. Temas que han surgido del referente teórico y de los dos momentos anteriores nombrándose de forma reiterativa. De esta manera se permite completar la comprensión del universo estético de los datos recogidos en el Politécnico Jaime Isaza Cadavid.

En este punto se hace preciso aclarar que la valoración y relevancia de la imaginación y la creatividad en el tema de la estética se ha venido dando de forma reiterada y paulatina en este escrito. Para Kant, la imaginación y el intelecto establecen en la experiencia estética una estimulación constante, donde imaginar, se hace imprescindible en el ejercicio del sujeto por entender lo que los sentidos le presentan. Según Kant, placer, imaginación y entendimiento son entonces una triada que soporta la experiencia estética, tema que hasta este momento ha sido suficiente mente ilustrado. Luego de haber desarrollado un primer nivel de análisis acerca de la conceptualización y las relaciones estéticas de las personas entrevistadas, ahora, compete a la imaginación y la creatividad ser analizadas.

3.5.2 Concepto de creatividad e imaginación

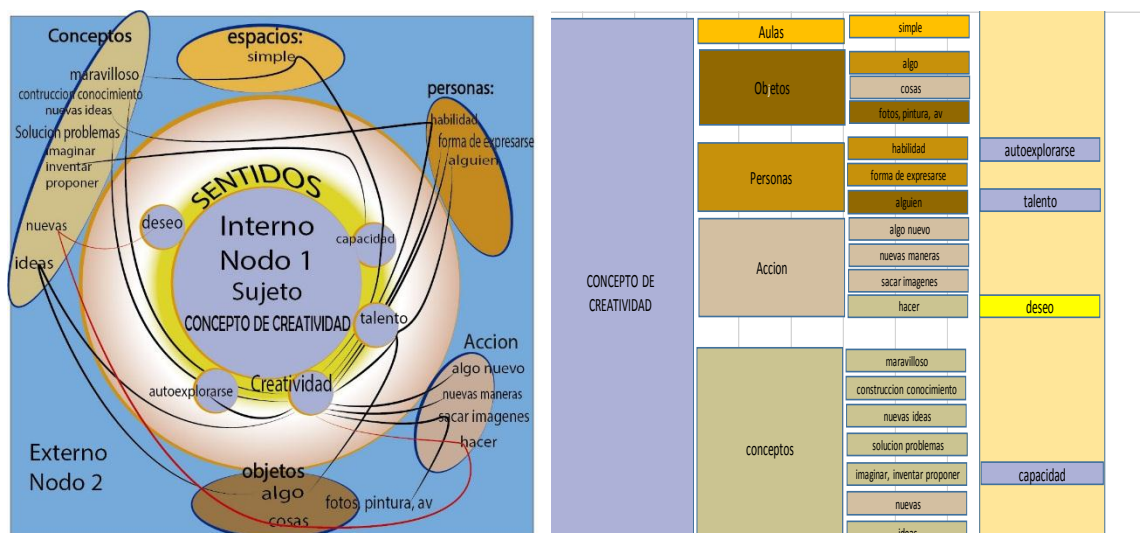
La primera pregunta para analizar es ¿Qué concepto tiene sobre creatividad? y es con respuestas aglutinadas en conceptos y en segundo término con acciones que mayoritariamente respondieron. Se presentan las dos al tiempo, porque los conceptos y las acciones están relacionadas entre sí en los datos como referente que modula el aglutinante. Los verbos, *construcción*, *solución*, *imaginar*, *inventar*, *proponer* fueron los referentes que modularon este aglutinante de los conceptos. Sin embargo, si se les observa, los conceptos y las acciones están descritas en cada palabra de forma simultánea, es decir, el significado de cada dato fluctúa entre una función cognitiva superior y una acción física. Por ejemplo, es exclusivamente cognitiva, el dato, *imaginar*; pero, otros datos incluyen una actividad motriz y de ejecución como, *construcción* y otras fluctúan entre uno y otro como los verbos, *proponer* o *solución*.

Primer hallazgo acerca de la pregunta por definir creatividad: Este primer hallazgo por la pregunta creatividad consiste en que el significado fluctúa entre dos extremos que son, las funciones cognitivas superiores y la acción.

De nuevo aparece lo nuevo, no es una cacofonía. Los datos acerca de la definición de creatividad muestran cuatro respuestas donde las acciones son el aglutinante y el referente es, *nuevo*, *las nuevas maneras de hacer algo*, *es el deseo de hacer cosas nuevas* y *hacer algo nuevo* son referentes que modulan este aglutinante de acción. El término nuevo y acción comienzan a

ubicarse como referentes reiterados en la respuesta por la creatividad, en este caso, y del placer por el estudio en preguntas anteriores.

Ilustración 21. Concepto de creatividad



Fuente: Elaboración propia, con referencia al protocolo de análisis/síntesis. Bedoya, 2014. Texto inédito sin publicar.

Otro elemento que se destaca en la definición de creatividad son las cualidades de las personas. Cualidades como, *forma de expresarse, talento, habilidad para generar nuevas ideas, capacidad, deseo de hacer nuevas cosas, imaginar, inventar y proponer* son todo el abanico de significados para la palabra creatividad aglutinado desde las personas. Estas cualidades, que son también formas de acción creativa, están ligadas a las diferentes formas de reacción propias de cada persona frente a un mismo estímulo, y en esto, volvemos al mismo punto de Kant y de Peirce ya formulado anteriormente, donde lo que nos diferencia como sujetos está en las reacciones propias de cada individuo frente a un mismo estímulo.

El segundo hallazgo en la pregunta por lo que es la creatividad: Este segundo hallazgo en la pregunta por la creatividad consiste en que el significado de una persona creativa radica en su capacidad de generar novedad. En este sentido la definición de que alguien es o no creativo depende de su propia reacción frente a los estímulos, si esta reacción es convencional, tradicional, esperada o conocida la persona no es considerada como creativa, si por el contrario, la reacción es inesperada, nueva, novedosa y finalmente inaugura una manera poco conocida o desconocida hasta ahora, se considera, que es una persona creativa.

Tercer hallazgo en la pregunta por la creatividad: Este tercer hallazgo consiste en relacionar las respuestas entre creatividad y placer por estudiar. La creatividad es novedad en la acción y en las cualidades intelectuales de las personas; el placer por el estudio es, novedad y acción. En esto consiste este hallazgo, en la reiteración del aglutinante acción y novedad en dos preguntas diferentes de creatividad y placer por el estudio.

3.5.3 Acto creativo

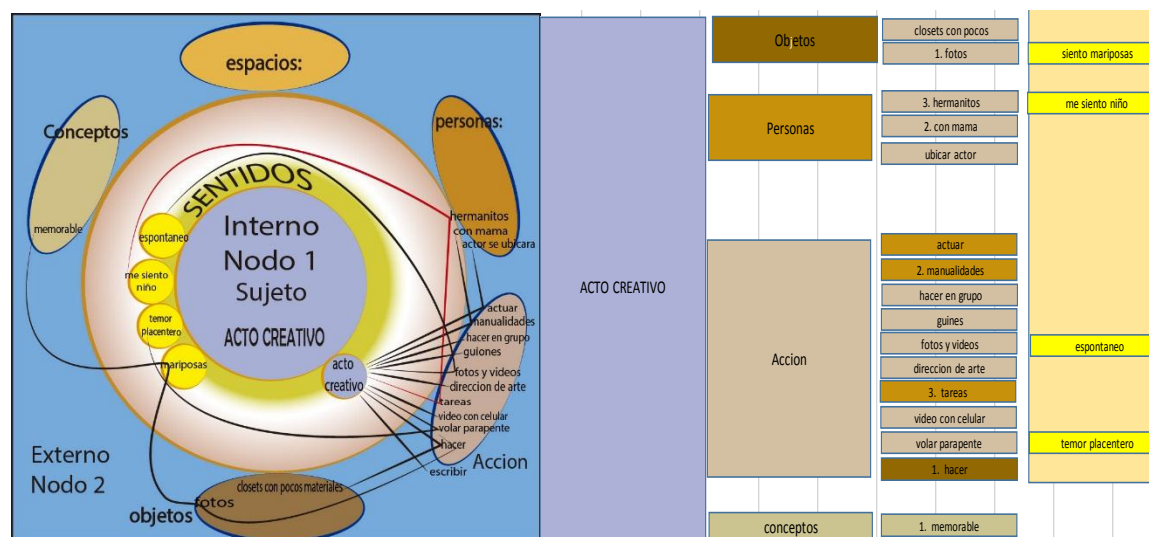
La siguiente pregunta dentro del tema creativo que se le formuló a los entrevistados fue que describieran un acto creativo que hubiesen realizado. Llama la atención varias cosas de los datos recogidos. Lo primero, es que en el trasfondo de dicho **acto creativo y para varias personas está el placer**. Esto puede evidenciarse en respuestas como, *me siento como un niño, es un temor placentero, siento mariposas y la espontaneidad que se siente al hacer fotos y videos* son varias de las expresiones que responden con el sentir placer frente a la solicitud de describir un acto creativo.

Ya habíamos visto varias expresiones de placer en los datos anteriormente recogidos acerca de la belleza, la estética, y de los juicios estéticos de Kant. Ahora, aparece el placer de nuevo para responder a la pregunta por la descripción de un acto creativo expresado de las formas coloquiales anteriormente citadas. Entonces, el placer define la experiencia frente a lo bello, pero además, frente al acto creativo.

El primer hallazgo en la pregunta por un acto creativo: Este primer hallazgo en la pregunta por describir un acto creativo consiste en relacionar el aglutinante de sensibilidad para describir simultáneamente un acto creativo así como lo es de definir la belleza, lo agradable y el amor.

El segundo hallazgo en la pregunta por el acto creativo: Consiste en ir más allá de relacionar conceptos de belleza, con el acto creativo. Es decir, que además de responder a la pregunta por la belleza, lo agradable, el amor y el acto creativo con una gama de sensaciones y sensibilidad. Esta sensibilidad, tiene un doble componente de significado, uno, de tipo sensible y, otro, de función cognitiva superior. Ejemplo de esto son las expresiones, *me siento como un niño, es un temor placentero, siento mariposas*.

Ilustración 22. Acto creativo



Fuente: Elaboración propia, con referencia al protocolo de análisis/síntesis. Bedoya, 2014. Texto inédito sin publicar.

La importancia de la sensación de placer que siente el entrevistado al describir su acto creativo es que este es un *motor*, que de forma figurada, inicia la construcción de un siguiente acto creativo para poder suscitar en el sujeto la sensación de placer que consiguió, esto en una dinámica que entre ausencia y presencia de placer mantiene al ser humano en búsqueda permanente de hacer presente el placer ausente. En otras palabras, esta es la ilustración de la teoría de la *Carencia* como definición psicoanalítica del ser humano.

El tercer hallazgo acerca del acto creativo: El tercer hallazgo consiste en que el placer sentido en el acto creativo se convierte en un motivo que se busca cuando se pierde. Como una acto que se auto regenera constantemente para poderse satisfacer.

El cuarto hallazgo del acto creativo: Este hallazgo consiste en relacionar, la acción creativa en búsqueda de placer, con, la intención de agradar a otros para que ese otro procure agradarme a mí.

En una acción circular de presencia ausencia, causa efecto. Placer que se auto regenera permanentemente en la acción creativa ética y estética.

3.5.4 Estimular la imaginación:

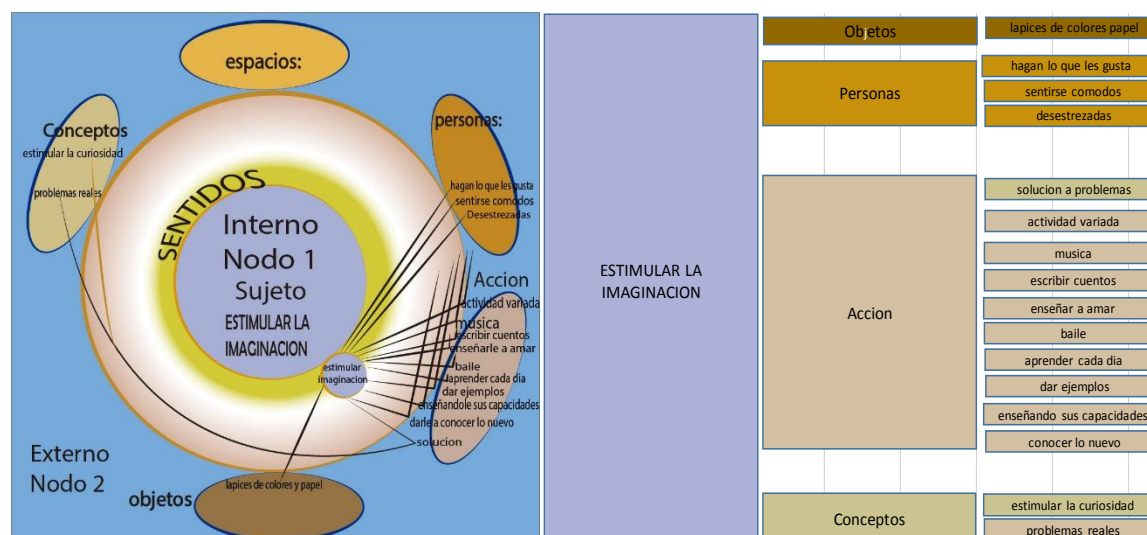
Sin perder el orden de lo general a lo particular de esta exposición y antes de responder por la creatividad según las cualidades del espacio, se hizo preciso saber ¿Cómo las personas entrevistadas estimularían la creatividad en alguien? las **respuestas encontraron un gran aglutinante de las acciones**. En el cuadro de abajo, se pueden ver los referentes que modulan el aglutinante de la acción como forma efectiva de estimular la creatividad tienen un elemento común a pesar de lo disimiles que parecen. Varios datos **inauguran la existencia de algo nuevo**, algo que no existía antes de la acción, veamos, *escribir cuentos, aprender a cada día, dar a conocer lo nuevo, solución de problemas reales, lápices de colores y papel para pintar* estos son datos que tienen en común la inauguración, lo nuevo y lo inaugural definen la condición de novedad en el acto creativo. Lo nuevo es aquello que no existía y que ahora por la capacidad creativa existe. Respecto a la novedad en la experiencia estética es necesario escuchar a Kant. (1977).

Todo objeto perfectamente regular (que se aproxima a la regularidad matemática) tiene algo en sí que repugna al gusto; la contemplación del mismo no ocupa mucho tiempo el espíritu, y a menos que éste no tenga expresamente por fin el conocimiento o cualquier objeto práctico determinado, sufre con él un gran fastidio. Por el contrario, aquello en que la imaginación se puede ejercitar libre y armoniosamente, es siempre nuevo para nosotros, y no nos fatiga el contemplarlo. Morsden, en su descripción de Sumatra, nota que en este país, las bellezas libres de la naturaleza rodean al espectador por todas partes y tienen para él poco atractivo, mientras que se hallaría mucho más impresionado cuando en medio de un bosque hallara un campo de pimienta, en donde los pies en que se apoya esta planta,

formasen paseos paralelos; y concluye diciendo que la belleza campestre, irregular en apariencia, no agrada más que por el contraste, al que está cansado de lo regular. Kant (p. 52)

Aunque Kant, a diferencia de la interpretación de novedad extraída de los datos no habla de la novedad en el acto del demiurgo creador sino de la homogeneidad como carente de belleza y atractivo visual, así mismo, se crea la necesidad de la novedad que sorprenda la vista. En este punto, tampoco es difícil hacer una analogía entre la novedad presente en lo visual y la acción de crear. **Lo nuevo se reitera tanto en los referentes moduladores de los diferentes aglutinantes, que puede llegar a ser un aglutinante por sí mismo** debido a la importancia que adquiere. Se infiere de lo anterior la refrendación entre el dato y el referente teórico en un hallazgo que sigue reiterándose, y es, la relación entre la novedad y el acto creativo.

Ilustración 23. Estimular la imaginación



Fuente: Elaboración propia, con referencia al protocolo de análisis/síntesis. Bedoya, 2014. Texto inédito sin publicar.

Otro elemento que se reitera es un referente tanto de los aglutinantes de acción como de personas y tiene que ver con el placer expresado de diversas formas, *hagan lo que le gusta, sentirse cómodos, des estresados, escuchar música, bailar* estas formas variadas de placer y distensión que describen un estado necesario, según los datos, para la creación.

El primer hallazgo acerca del estímulo a la imaginación: Este primer hallazgo acerca del estímulo a la imaginación consiste en que las formas variadas de distensión y pacer, según los datos, estimula la imaginación.

En este estímulo algunas respuestas estimulan sin acción y otras con acción. Es decir, en expresiones como *sentirse cómodas, conocer lo nuevo* o *des estresadas* en este caso se habla de estimular la imaginación, que no es igual pero si similar a la creación, cuando dice, *escribir cuentos* o *actividades variadas* porque, como hermanas, tienen en común que las dos tienden un lazo que las une, lo nuevo; la imaginación crea lo nuevo en el entendimiento que no se tenía antes sobre algo, la in acción, y, su hermana, la creación, que encuentra la novedad del demiurgo que crea materializando la imaginación

El segundo Hallazgo acerca del estímulo de la imaginación: Aquí se establece una diferencia al tiempo que una unidad entre el estímulo de la imaginación y la creatividad. El primer estímulo se presenta en la inacción mientras que el segundo en la acción. Así mismo, los dos se presentan unidos frente a la novedad, el primero por conocer algo nuevo el segundo por crear cosas novedosas.

3.5.5 Aulas que estimulan la imaginación

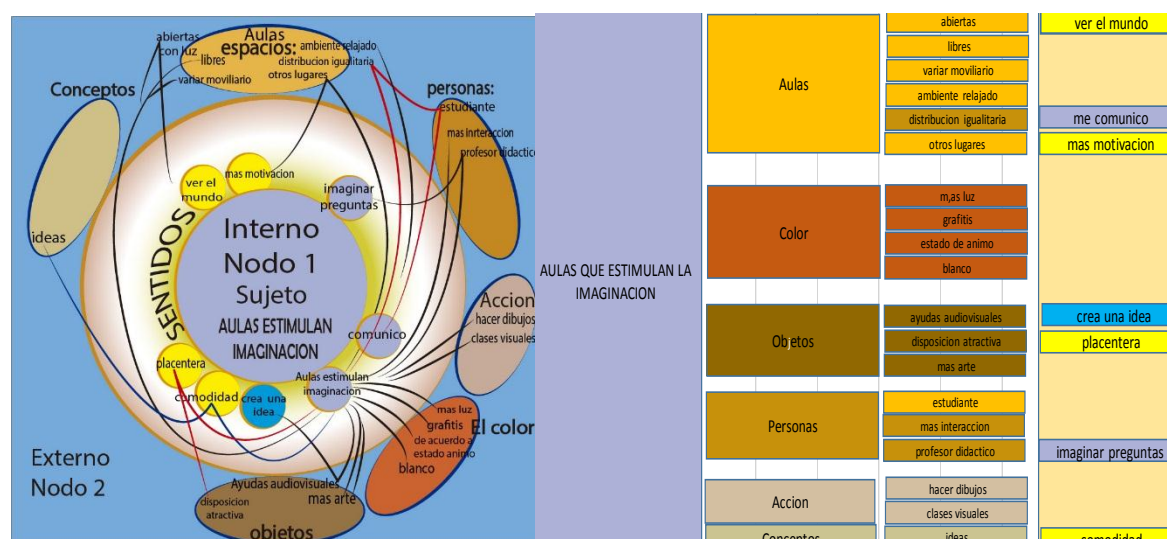
Coherente y consecuente con lo anterior las siguientes preguntas se refieren a la relación entre creatividad y espacio académico universitario, que desde una formulación más explícita, la respuesta, permitía comprender en detalle las formas y creencias que las personas construyen en torno a los ideales del estímulo creativo en el espacio académico. Fue así como se formularon una serie de preguntas que trataron de indagar sobre este tema en específico. La primera pregunta formulada fue ¿Cómo sería para usted un aula de clase que estimula la imaginación? Ante esta pregunta se puede identificar de mayor a menor la cantidad de respuestas de los entrevistados, este orden es: **cualidades físicas del aula, el color y la luz (se convierte en un aglutinante debido a la reiteración y las referentes que lo modifican), las personas y los objetos en una tercera posición y finalmente las acciones.**

Si bien es cierto que las cualidades del espacio ocupan el primer lugar, estas cualidades están referenciadas por moduladores que remiten a otros conceptos que no es el espacio mismo. Por ejemplo, de los seis referentes tres de los datos se responden desde la sensación de placer que pueden producir en los entrevistados, por ejemplo: *Las aulas abiertas permiten ver el mundo*, dos, *aulas con distribución igualitaria permiten la comunicación*, tres, *aulas en otros lugares diferentes al aula de clase tradicional otorgan más motivación*; las tres, se soportan y responden en las sensaciones del sujeto, las cuales, se pueden resumir en sensaciones de placer. Aquí, entonces, el placer, en palabras como, *libertad, relajamiento, comunicación y variedad* resumen los referentes que modulan el aglutinante y que son las características que debe de tener, para los entrevistados, las aulas que estimulan la creatividad.

El primer hallazgo acerca de las aulas que estimulan la imaginación: este consiste en que las características físicas del aula están en primer lugar a la hora de reunir las respuestas, esto, por encima de los demás aglutinantes. A su vez, dichos aglutinantes de espacio, se soportan en referentes de sensaciones como, placer, libertad y comunicación que generan en el sujeto.

El segundo Hallazgo acerca de las aulas que estimulan la imaginación: Consiste en relacionar una respuesta anterior acerca del placer y el estudio con el actual dato acerca de las aulas que estimulan la creatividad. En la pregunta por la relación del estudio y el placer las características físicas de las aulas no aparecen, en esta solo las personas y las acciones; mientras que, el presente dato, donde las personas hablan de las aulas que estimulan la imaginación las personas y las acciones no figuran, solo las características del espacio físico.

Ilustración 24. Aulas que estimulan la imaginación.



Fuente: Elaboración propia, con referencia al protocolo de análisis/síntesis. Bedoya, 2014. Texto inédito sin publicar.

El color finalmente se convierte en una especie de aglutinante por efectos de la reiteración y sus pertinentes referentes que lo modulan, pero, si se observa, nace como un referente del espacio. *Más luz, más grafitis, colores de acuerdo a los estados de ánimo y el blanco* son los referentes de este aglutinante. Entre sí, ellos, no tienen nada en común excepto que el blanco emana mayor cantidad de luz y los dos, dejan claro, la claridad que debe de tener el espacio para estimular creatividad; los grafitis, sugieren la libertad de expresión y este se puede llegar a relacionar con el estado de ánimo expresado por otro entrevistado, sugiriendo, que la expresión de las emociones y las ideas hacen parte de las condiciones de los espacios que estimulan la creatividad.

El tercer hallazgo en las aulas que estimulan la imaginación: Este hallazgo en relación a las aulas que estimulan la imaginación consiste en que el color, la luz y la libertad de expresión son elementos, que, según los datos, estimulan la imaginación de un aula de clase.

De acuerdo con la ilustración 25 de la parte superior los objetos del aula creativa tienen preferencias como estimuladores de la creatividad en dos sentidos, uno, por las ayudas didácticas, porque estas permiten crear una idea de lo que se habla, y dos, está la preferencia por una disposición atractiva de los objetos en el salón de clase porque de este modo se genera placer. La creencia aquí radica en que ver lo que se habla en una pantalla y el placer de una atractiva disposición de los objetos tiene la capacidad de estimular la creatividad. De nuevo, el placer y las sensaciones del sujeto son los criterios, según el dato, para la aprobación de que un espacio estimula la creatividad o no. Esto, se comporta de modo similar, a cuando preguntamos anteriormente por lo que consideran bello.

Cuarto hallazgo en las aulas que estimulan la creatividad: Ahora, las ayudas didácticas tienen en sí mismas la función de lo estético, similar a la sensación de atractiva disposición de los objetos en el aula. Esto, se explica porque la imagen icónica de la ayuda didáctica que es la pantalla de video o imagen fija es un signo que no requiere conversión de su significado, esto, porque se parece a la cosa que representa; diferente, a la palabra como símbolo, que al no parecerse a la cosa, si requiere un esfuerzo del estudiante para abstraer su significado desde el lenguaje verbal y convertirlo en imagen mental. La imagen de la pantalla es entonces algo más fácil de entender y por ende más placentero y estético que la palabra simbólica, la cual requiere transformarla mentalmente en imagen y poder entender su significado.

El quinto hallazgo acerca de las aulas que estimulan la imaginación: El quinto hallazgo en términos del estímulo del aula a la imaginación consiste en que la distribución igualitaria entre docente y estudiante propicia la comunicación. Esto lo dice un profesor, que describe que las distribuciones en mesas redondas en vez de la disposición de sillas de la forma tradicional del aula de clase le han permitido asumir la clase con una mayor fluidez de la comunicación con sus estudiantes.

El sexto hallazgo acerca del aula que estimula la imaginación: El sexto hallazgo acerca de las aulas que estimulan la imaginación consiste en que, *cuando el profesor es didáctico le permite al estudiante imaginar preguntas*. En esta respuesta subyacen dos elementos a destacar, el primero es que didáctica en este contexto sugiere actividad, movimiento, no solo físico, sino, sobre todo, mental; el segundo, es que esta actividad mental no es otra cosa que estímulo a la imaginación. Aquí, movimiento, novedad, imaginación y didáctica se mueven en el mismo sentido para que la

persona facilite con libertad el entendimiento del concepto que desea comunicar el docente. Esto, se ha visto anteriormente en otras respuestas que involucran acción y novedad como placer en el estudio.

3.5.6 Espacios creativos

Coherente y siguiendo la misma línea de la pregunta anterior se indago a las personas acerca de ¿cómo es un espacio creativo? Aquí las respuestas se limitaron en general a describir las características de este espacio pero con unas características que dependen en gran medida de los sentidos, sobre todo, de la vista y el oído. Palabras como: *estimulante, sinestésico, mesa redonda para mirarnos, poder acostarse en el suelo, salones abiertos y redondos, música moderada, luz natural, buena luz, poco ruido, salón blanco, vacío, diferentes ambientes* son todas estas cualidades que están mediadas por los sentidos de la vistas, el oído y en menor medida por el tacto. Los sentidos entonces son la forma en que las personas prefieren usar para definir las características de un espacio creativo.

Capítulo 4 TESIS

En el inicio de este proyecto de investigación estuvo la inquietud acerca de la separación percibida entre el placer con que se vive el tiempo libre y el deber con se asume el estudio y la sensación de que esto no debe de ser de este modo. Así, por el contrario, el placer por aprender debía de ser su sentido fundador. De este momento a hoy ha pasado ya casi dos años y esta pregunta va encontrando respuestas. Sin embargo, esta tesis ha salido de la estética y el placer en el aprendizaje universitario hacia la vida. Esto, porque las respuestas tocaron temas que van más allá de la percepción del espacio y las relaciones cotidianas universitarias hacia la pregunta por el placer que nutre la existencia de las personas.

Kant como referente teórico de este proyecto fue el primero en abrir las inquietudes por la estética a una gama bastante amplia de temas, pero todo, gira alrededor del, placer. El placer ante lo estético, lo ético y el conocimiento abrió las puertas de esta investigación. Posteriormente, Kant, quedó corto a la hora de entender e interpretar lo que las informaciones y los datos arrojaron y Peirce dio método. Entender toda esta información solo era posible si se tenía un método. La visión triádica de este autor permitió entender y darle sentido al gráfico que ilustra cada una de las respuestas dadas en una relación dinámica de tres elementos, interpretante, signo y objeto.

Ya entrados en tema las siguientes constituyen las tesis más claras de la presente investigación. Se presentarán en un orden similar al realizado en las preguntas y los objetivos, sin embargo, algunas respuestas del inicio hallaron conexión con otras del medio y el final brindando una visión de mayor simultaneidad de las tesis a las cuales se llegaron y menos de causa efecto. Esto redonda

en coherencia con el método de interpretación seguida en la recolección e interpretación de los datos que no es binaria si no triádica y simultánea.

La belleza presenta dos grandes versiones, una, la cultura clásica griega donde lo visual es manifestación del mundo proporcionado que otorga el número, así lo expresa Ricardo, 21 años, estudiante, “lo bello es para mí indiferente de lo que sea algo que atrapa y llama la atención de muchas personas, para mí lo bello es algo que indiscutiblemente de los gustos de la profesión de la personalidad atrape un grupo muy grande de personas yo diría que lo más bello es lo que más personas atrape. Por otra parte se encuentra la belleza interior, cristiana, como alusión a valores o virtudes asignadas a las personas, de forma más precisa, su bondad. De este modo lo expresa Julio, estudiante de 18 años “Para mí lo bello es el interior que tiene una persona porque lo físico es fugaz la belleza interna es para siempre lo que tú demuestras lo que tú eres”. Por otra parte, en cuanto a lo que refiere al interpretante, él, en ocasiones, define la belleza y la sublimidad desde la emoción que les hace sentir y en otras ocasiones con la razón, que intenta entenderla. Lo sublime, presenta siempre un grado alto, superlativo. Lo agradable, una tendencia casi exclusivamente hacia la emoción. En todo lo anterior no se presenta un hallazgo a manera de novedad con la teoría estética de Kant.

Lo que se refiere al concepto de la estética las definiciones o signos usados, estos, la presentan desde un área técnica, especializada que trata de entender y reproducir la imagen de una cierta manera que para ningún caso se refiere a lo bello, lo agradable o lo sublime de un signo, como si sucede en Kant. Esto, marca la novedad respecto a la estética. La estética no hace juicio frente a lo bello o agradable como en Kant, es más, una técnica del signo para comunicar y expresar.

El amor está ligado a la acción, es, a la manera de Peirce, lo energético del interpretante frente a la experiencia de recibir y producir signos, en este caso, referidos al amor. Este *energético amoroso* está ligado a la lógica y la razón por medio de la emoción. La reacción triádica, es una acción de entendimiento, de asimilación de constructos culturales que se hacen creencia y acción energética del interpretante. Del siguiente modo lo expresa Carolina de 29 años de edad “El amor es un sentimiento, es como lo que le da uno ganas de hacer cosas buenas” aquí, la acción, es hacer.

Los lugares naturales considerados bellos estimulan el entendimiento, la emoción y el energético del interpretante, porque, aunque las creencias, los constructos y las acciones finalmente dependen del sujeto (interpretante), se recopiló evidencia, que en términos generales, **se puede predecir que los estímulos emocionales bellos conllevan reacciones bellas y los estímulos sublimes a reacciones sublimes.** Las primeras acompañadas de emociones moderadas y agradables, las segundas acompañadas de emociones superlativas, exageradas y en ocasiones consideradas como desagradables. De este modo lo expresa Carlos, 18 años “una vez mi papá y mi mamá me castigaron injustamente y yo acabé con todo lo de mi habitación”

El placer está en la percepción sensible y en el entendimiento racional. En el primer caso la percepción sensible de las acciones y las cosas; por otra, en entender los sentimientos propios o de otra persona. En todos se siente placer y amor. **En la percepción se puede sentir placer producto de un objeto tangible como las cosas o la acción, o, por otra parte, se entiende desde lo intangible como la bondad y los sentimientos de una persona.** El primero se percibe por los sentidos mientras que el segundo por acción de la lógica y la razón creadoras de las creencias que

elabora el interpretante. Es decir, el placer no se percibe, se entiende. De esta forma lo expresa Daniela, 19 años “bueno placer está en cada una de las cosas que hacemos cada día por ejemplo desayunar te puede dar placer algo que te parezca rico te puede causar placer ver algo que te guste te puede causar placer es más como una sensación de fe algo que te llene por dentro”.

La acción no sólo va ligada al amor y el placer en general sino además frente a las asociaciones del placer con el estudio. Aquí, las acciones y las personas continúan siendo las fuentes del placer. En las personas, solo aquellas que de forma inteligente logran comunicar lo que saben. Mientras que las acciones están moduladas por la novedad, por ejemplo, de los nuevos espacios, de los nuevos conocimientos. Si se hace una intersección entre personas que saben comunicar lo que saben y acciones novedosas, la tesis, es que **las personas que generan acción física o de la imaginación y que tienen algo nuevo que comunicar son fuente de placer académico.** De este modo lo manifiesta Jairo, docente, 52 años “el placer para mí está en lo cognoscitivo aprendo mucho de la gente que está aquí en la universidad y puedo a mí mismo cultivarme y enseñar”.

El placer por el estudio no depende de una cosa u objeto, sino y según las respuestas anteriores de exclusivos constructos culturales como lo es la concepción de novedad y capacidad comunicativa. Esto, hace que las cosas no estimulan, según los datos, el placer en el estudio. Esto, puede tener dos explicaciones. Una, que efectivamente no sean necesarios en el estímulo por el estudio, dos, que esta respuesta puede evidenciar que la carencia de los mismos en el espacio de aprendizaje y la escasa experiencia de las personas con los estímulos visuales ha llevado a las

personas a no tenerlos presentes. Lo anterior se demostrará en párrafos posteriores que el segundo caso es el correcto.

Respecto a la admiración se puede afirmar que al igual que la bondad y los sentimientos de una persona, estos no se perciben por la emoción sino por la lógica y la razón. **La admiración por las personas está dada primero por la inteligencia, la admiración por la bondad existe cuando se nombra como opción de elección.** Espontáneamente se elige a la inteligencia. Lo que denota un auto de corrección moral para no ser juzgado como frívolo. Esto no es una afirmación hecha sin evidencia. Como se vio en párrafos anteriores, las reacciones de las emociones están mediadas por la activación de la razón que planea con las propias acciones agradar o molestar al otro y predecir la reacción del otro.

La creatividad se define como la acción energética novedosa del interpretante y en este sentido la definición de que alguien es o no creativo depende de su propia reacción energética frente al signo. Si esta reacción es convencional, tradicional, esperada o conocida la persona no es considerada como creativa, si por el contrario, la reacción es inesperada, nueva, novedosa o desconocida inaugura lo nuevo o escaso y se considera que es una persona creativa. La sensibilidad y el entendimiento se unen para percibir la novedad, no tienen códigos que mecanicen esta percepción y por tanto deben de construirlos, imaginarlos o crearlos. Se toma el máximo de atención para esta acción. De esta forma lo expresa Rodrigo, docente, 53 años “Proponer y hacer nuevas cosas a partir de lo conocido y deseado” o Luisa, estudiante 19 años “Creatividad es como la habilidad de crear nuevas ideas a partir de conocimientos y conceptos anteriores”.

La novedad presente en el acto creativo es fuente de placer, tal, como se afirmó en párrafos anteriores. Este placer se posee y no se posee de forma alternada, generando más que un círculo vicioso una fuente de energía que se auto procura el placer perdido de forma reiterada y permanente. **De este modo, la acción anticipada que se vio en párrafos anteriores constituye además una de las formas que tiene el sujeto de auto procurarse placer, y es, procurar placer a los demás.**

El placer y distención están en la base de todo estímulo a la novedad cognoscitiva o de acción. Esta novedad cognoscitiva o de acción puede ser de tres formas, la primera desde la inacción externa pero si interna del interpretante, llamada, imaginación, donde está presente el entendimiento y la emoción; la segunda, se da desde la acción energética que se desprende del interpretante, se consigna en *algo* novedoso y se llama creatividad, y la tercera, como la simultaneidad de las dos anteriores. Imaginación y creatividad presentes. Respecto a la forma de procurar creatividad con la distención, Andrea, de 20 años, propone “con la música con el baile tal vez cuando las personas estén des estresadas pueden llegar a crear de pronto grandes historias.

Continuando con la carencia de cosas a la hora de estimular la imaginación expuesta en párrafos anteriores y que se puso en duda dado que la falta de presencia y diseño de espacios y cosas en las aulas actuales reales hayan sido la causa de su no nombramiento. **En el aula creativa se concibe que el espacio y sus cosas son la principal fuente de estímulo a la imaginación.** Los espacios naturales, con luz, sin muros, que presenten flujo visual desde donde se sienta y vea el mundo, mesas redondas de relaciones horizontales entre estudiante y docente son aulas que estimulan la imaginación, el placer, el entendimiento, la libertad y la comunicación. Esto,

demuestra entonces, que **la carencia de espacios y cosas estimulantes para la imaginación no solo ha desestimulado la imaginación, sino, que ha construido la creencia de que no se necesitan.** Esto, va en contra vía de lo que idealmente es y se considera creativo. Esto, no es otra cosa que el olvido de un valor estético, consecuencia del el uso y la costumbre de un antivalor estético. **Es decir, un espacio anestésico ha construido creencias de aprendizaje anestésicas.**

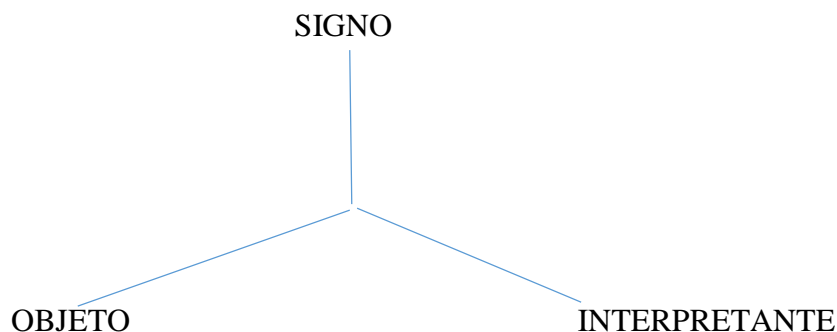
Respecto a la estética en las ayudas didácticas como videos y proyecciones, estas, tienen en sí mismas la función de lo estético. Esto se explica, porque la imagen icónica de la ayuda didáctica que aparece en la pantalla de video o imagen fija es un signo que no requiere conversión de su significado, esto, porque se parece a la cosa que representa; diferente, a la palabra como símbolo, que al no parecerse a la cosa, si requiere un esfuerzo del estudiante para abstraer su significado desde el lenguaje verbal y convertirlo en imagen mental. **La imagen icónica de la pantalla es entonces algo que estimula el entendimiento y por ende es más placentero y estético que la palabra simbólica, la cual requiere transformarla mentalmente en imagen y poder entender su significado.** Así mismo, la capacidad de comunicación del conocimiento de las ayudas didácticas está íntimamente relacionada con la capacidad de comunicación del profesor dado que las dos permiten hacerse una imagen mental para entender el conocimiento y las dos hacen parte de una forma de placer estético académico.

Finalmente, cuando el profesor es didáctico le permite al estudiante imaginar preguntas. Aquí subyacen dos elementos a destacar, el primero es que didáctica en este contexto sugiere actividad, movimiento, no solo físico, sino, sobre todo, mental; el segundo, es que esta actividad mental no es otra cosa que estímulo a la imaginación. Aquí, movimiento, novedad, interacción,

participación, imaginación y didáctica se mueven en el mismo sentido para que la persona facilite con libertad el entendimiento del concepto que desea comunicar el docente. Esto, se ha visto anteriormente en otras respuestas que involucran acción y novedad como placer en el estudio. De este modo lo expresa Lina, 20 años “que no todo fuera como tan monótono, que el profesor todo el tiempo ahí hablando y los estudiantes no participen si los estudiantes no participan la clase muy aburrida. Entonces lo haría más Dinámico más bueno para mi que haya más interacción”.

Como síntesis de todo lo expuesto, y haciendo una comparación entre todas las respuestas analizadas, tomo la idea semiótica de Peirce, sobre la relación del signo con el interpretante y el objeto como uno de los elementos de su semiótica, esta es la teoría.

Ilustración 26. Tres elementos de la semiótica de Peirce

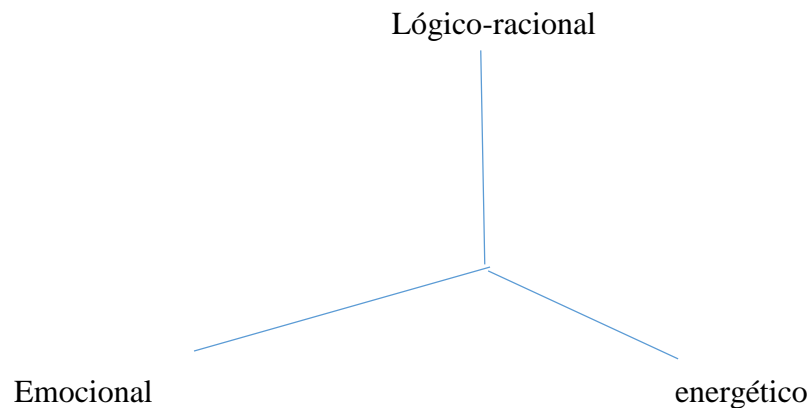


Fuente: Elaboración propia, con referencia al protocolo de análisis/síntesis. Bedoya, 2014. Texto inédito sin publicar.

El signo como mediación entre el objeto y el interpretante. Son los LENTES que median entre el objeto y el interpretante. Entiéndase objeto en su sentido amplio, cualquier Phaneron

(fenómeno). A su vez Peirce, dice que la relación del **signo con el interpretante**, se da en tres posibilidades, que se pueden distinguir pero no disociar:

Ilustración 27. Relación del signo con el interpretante



Fuente: Elaboración propia, con referencia al protocolo de análisis/síntesis. Bedoya, 2014. Texto inédito sin publicar.

El lógico-racional, media entre el emocional y el energético, por lo general nos quedamos en los dos de abajo y no avanzamos al lógico –racional, pero este siempre está en la posibilidad de ejercitarse. El energético, siempre es una acción de algo sobre algo.

Aplicando todos los anteriores hallazgos, y comparando todas las categorías entre sí, se puede establecer la siguiente relación entre todos:

Ilustración 28. Relación lógica, emoción y energético del interpretante

Capítulo 5 CONCLUSIÓN

La inquietud inicial acerca del exceso de *deber* y *poco placer* percibido en el proceso de aprendizaje universitario actual es real. Esto se deduce, de que ni las cosas que contienen los espacios de aprendizaje, ni los espacios mismos, ni las acciones constituyen los ideales de aquello que las personas conciben como placenteros. A pesar de esto, las personas, constituyen los mayores generadores de placer.

Lo anterior se desprende de la carencia de elementos estéticos en las aulas de clase normales de la actualidad que estimulen el placer estético de las personas, el diseño de salones encerrados, lejano a los diseños de salones abiertos, con presencia de la naturaleza, la luz y el color; con sillas y disposiciones espaciales que escapan a toda comunicación igualitaria y que favorece las relaciones de poder por parte del docente y en general lejano de todo lo que las personas consideran placentero; las acciones limitadas, repetitivas y mecanicistas en las dinámicas de clase, lejanas de todo lo novedoso, práctico y que las personas consideran estimulante a la imaginación.

La ausencia de lo que las personas consideran placentero y generador de pensamiento creativo no está presente en los salones de clase actuales. Lo anterior, además de la carencia física ha creado una carencia conceptual en las personas que consideran que, estos elementos estéticos no son necesarios para el estímulo de la imaginación y del placer académico. Se crea así un hábito, es decir, una costumbre no consciente y errada de que el diseño de los espacios, el uso de elementos estéticos y didácticos no es necesario en el estímulo de la imaginación y el entendimiento del que hacer académico universitario.

Se hace necesario hacer un párrafo aparte en lo que respecta a las personas. Estas son sin duda el mayor estímulo estético, que desde los datos recogidos, tienen los estudiantes y profesores de la facultad de comunicación del Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid. Pero este estímulo estético que procuran las personas tiene algunas condiciones que no todas las personas las cumplen. Estas condiciones se refieren a la capacidad comunicativa, de innovación e intelectual, incluso, por encima de sus cualidades éticas. La novedad frente al conocimiento y la acción creativa es la mayor fuente de placer en el ámbito académico. Por eso las personas que procuran nuevos conocimientos o nuevas acciones creativas de aprendizaje son tenidas como generadoras de placer académico.

A pesar de lo anterior y de la poca o mucha presencia de espacios, acciones e incluso personas que sean fuente de placer académico y fuente de creatividad, las personas saben cómo regenerar la presencia del placer cuando sienten su ausencia. Provocar placer en el otro es la forma de garantizar placer personal al ser retribuido de esta misma forma por el otro. Así mismo, cuando se recibe un estímulo bello, ese mismo estímulo se devuelve al otro en una especie de danza entre cabeza y cola que potencia la experiencia estética al infinito. Así, la experiencia estética obtiene su propio placer al procurar placer al otro.

Los estímulos que se procura en los demás es el que por lo general se recibe del otro en una acción reacción binaria. Mas, esta reacción binaria puede ser triádica al obtener la intervención de la lógica racional la cual decide la mejor forma de responder desde la razón, llegando incluso, a transformar el tipo de signo estético de vuelta. De este modo, la producción de signos estéticos

puede cambiar un estímulo negativo en uno positivo. Lo anterior demuestra además que la experiencia viva de la estética es dinámica del sujeto con su entorno y el signo que los media. El análisis individual de alguno de estos tres componentes es limitado y parcial para la comprensión de la experiencia.

El sujeto es también responsable de la estética viva del espacio de aprendizaje universitario en el sentido de que no solo percibe, sino que, interpreta y emite signos estéticos para ser leídos por los otros. Se teje así una comunidad estética responsable de lo que construye para sí mismo en la medida en que lo hace en el otro. Consecuente con esto no hay un dentro y un afuera del sujeto sino una pertenencia a una dinámica estética viva más compleja a la cual pertenece.

Consecuente con el concepto anterior de estética viva entre el sujeto, el entorno y sus signos, es el sujeto el que se convierte en el protagonista de esta triada porque su interpretación y la acción que da, esta, se pueda desprender como creencia de lo que debe ser y hacer, establece la diferencia entre todas las infinitas relaciones triádica existentes. Es decir, no todos responden de igual forma a un mismo estímulo, más, si se puede presuponer un tipo de reacción colectiva donde solo escapan aquellas reacciones mediadas por la lógica, la razón y la experiencia de cada sujeto.

Capítulo 6 UN APOORTE A LA ESTÉTICA UNIVERSITARIA

La estética viva universitaria se debe de entender como la forma de hacer placentera la experiencia de aprender. Esto implica lo que se percibe por los sentidos como bello y agradable, pero también lo que se entiende como bueno y admirable en las personas. Lo ético y lo estético se valoran por el placer o no que generan y esta es la esencia de la estética en cualquier lugar, incluida la universidad.

La estética viva universitaria debe de concebirse como unidad de los objetos, los sujetos, y los signos que usan. Es un ser vivo, que se transforma a diario a partir de los sucesos cotidianos que le afectan. Está viva porque Interpreta, siente, piensa, responde, reacciona y actúa tal como lo hace un ser vivo. En este sentido todos somos protagonistas de estas dinámicas de estímulos estéticos en la vida universitaria. De acuerdo con lo anterior, los espacios, las acciones, los objetos y las personas son los responsables de crear experiencias estéticas en el aprendizaje universitario. Es un procedimiento complejo donde cada elemento afecta a los demás. No es un asunto solo de recibir sino de dar y crear.

Desde los espacios se prefiere los espacios que conecten con la vida, la naturaleza, que propicien relaciones de igualdad en cuanto a derechos y posesión del conocimiento, espacios abiertos como las mentes que los orientan. La estreches y cerramiento de los espacios hablan de las mentes estrechas. Esto no es placentero. Espacios con luz y color que estimulan el deseo por vivir y aprender. No los espacios grises que actualmente tenemos. Mesas redondas donde fluya el

humor, la belleza, gracia e inteligencia de las personas. Espacios donde se miren las caras las personas y no la espalda. El espacio y sus objetos son estímulos necesarios para el aprendizaje universitario aunque olvidados por el desuso y la anestesia en que no acostumbramos a estudiar.

Las acciones internas de la mente, la imaginación, el entendimiento y las externas de la creación deben de estar presentes en el espacio vivo de aprendizaje contemporáneo. Las acciones dirigidas a lograr proyectos, sueños, ideas, bailes y juegos, y no solo, las encaminadas a repetir hechos, acciones, procedimientos aprendidos de forma mecánica. La acción es placer, emoción e incluso está presente el amor, porque el amor son los hechos y es generador de inmenso placer.

Las personas con sus virtudes, bondades, capacidades intelectuales, comunicativas, generadoras de nuevos conocimientos y destrezas que procuran la imaginación y la acción creativa son necesarias para la creación de espacios de aprendizaje estéticos. Aquí radica una de las mayores fuentes de placer, en la interacción con los demás, donde se construyen códigos que ayudan al otro en su existencia y se les hace más agradable el aprendizaje.

Los actuales paradigmas de las sociedades modernas reclaman aprendizajes ligados a la vida, el ocio y el placer de existir. A pesar de todo lo complicado de la existencia la vida es bonita como dice un disco de salsa. En este sentido el aprendizaje en edad adulta no debe de dejar atrás el juego, el riesgo y la novedad de la infancia. Crecer no es morir es ser consciente.

Referencias Bibliográficas

- Abad, J. (2006). *La escuela como ámbito estético según la pedagogía Reggiana*. CSEU, La Salle, Madrid: UAM.
- Alarcón, R. (2016). *Neurolingüística*. Maestría en Comunicación Educativa (clase magistral). Medellín, Colombia, UTP-PCJIC.
- Arguello, R. 1995. *Estética y comunicación*. Bogotá. Facultad de Ciencias sociales y Humanas, Universidad a Distancia.
- Augustowsky, G. (2010). *Las paredes del aula. El registro fotográfico en la investigación educativa*. Conferencia pronunciada el 14 de noviembre de 2009. Escuela de Educación de la U de SA. Madrid, España.gñ
- Baumgarten, A. 1999. *Estética*. Buenos Aires: Ed. Facultad de Filosofía y Letras. U.B.A.
- Bedoya, Olga Lucia. (2014) Protocolo de análisis/Síntesis. Texto inédito sin publicar.
- Duarte, J. (2003). Ambientes de aprendizaje: una aproximación conceptual. *Estudios pedagógicos*, No.29. pp. 97-113. Valdivia, Universidad Austral de Chile.
- Eco, U. (1990). *Arte y belleza en la estética medieval*. Lima: Lumen.
- Flexas, O. 2013. *Apreciación estética de estímulos abstractos y figurativos: Datos conductuales y registros cerebrales*. (Tesis de doctoral). Universidad de las islas baleares, España.

- García, M. y Alvira, F. (1994). *El análisis de la realidad social métodos y técnicas de la investigación*. Madrid: Alianza Editorial.
- Gutiérrez, C. y Pérez, C. (2002). El espacio como elemento facilitador del aprendizaje. Una experiencia en la formación inicial del profesorado. *Pulso*, 25, pp. 133-146. Universidad de Alcalá, España.
- Iris, P. (s.f.). *Ambientes de aprendizaje. Una opción para mejorar la calidad de la educación* (ensayo). Universidad Eurohispanoamericana. Veracruz, México.
- Jiménez, Á. (2008). *La escuela nueva y los espacios para educar*. Proyecto de investigación en Arquitectura y pedagogía. Universidad del valle. Cali, Colombia.
- Kant, I (1977). *Crítica del juicio*. Manuel García Morente (Traducción). Barcelona: Espasa-Calpe.
- Moreno, G. y Molina, A. (1993). El ambiente Educativo. En: *Planteamiento en educación*. Intervención en planteamiento de planteamientos, Bogotá: Editorial.
- Muñoz, G. (2016, septiembre 14). *Mapas de sujeto*. Maestría en Comunicación Educativa (clase magistral). Medellín Colombia. UTP-PCJIC.
- Peirce, C. (1974). La ciencia de la semiótica. [Ebook] Buenos Aires: Ediciones Nueva Visión, p.109. Recuperado de: [http://mastor.cl/blog/wp-content/uploads/2015/08/ PEIRCE-CH.-S.-La-Ciencia-de-La-Semi%C3%B3tica.peirce/Peirce.html](http://mastor.cl/blog/wp-content/uploads/2015/08/PEIRCE-CH.-S.-La-Ciencia-de-La-Semi%C3%B3tica.peirce/Peirce.html)
- Naranjo, J. y Torres, A. (1996). *Ciudad educativa y pedagogías urbanas*. Bogotá: Dimensión Educativa.

Nietzsche, F. 2012. *El nacimiento de la tragedia*. Andrés Sánchez Pascual (Traducción). España: Alianza editorial.

Robert, P. *La educación en Finlandia. Los secretos de un éxito asombroso. Cada alumno es importante*. Manuel Valdivia Rodríguez (Traducción). Colegio finlandés. Gard, Francia.

Suárez, M. y Garrido, M. (1989). *Diseño espacial del aula de preescolar. Un estudio de caso*. Colexio universitario de Ourense. España: Editorial.

Zapata, J. y Mejía, J. (2013). *Re-conocimiento de la naturaleza y el territorio a través de la experiencia estética*. (Tesis de maestría no publicada) Universidad Pedagógica Nacional. Bogotá, Colombia.

Anexos

Se anexan dos archivos en Excel

1. Revisión Antecedentes-Marco Teórico, Procesos de formulación de objetivos y preguntas
2. Entrevistas análisis e interpretación